

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаров Алексей Владимирович
Должность: И.о. директора технологического колледжа
Дата подписания: 17.01.2024 10:30:51
Уникальный программный ключ:
7f14295cc243663512787ff1135f9c1203eca75d

Приложение к ППССЗ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К.А. Тимирязева»
(ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева)
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по дисциплине «ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга»

специальность: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

форма обучения: очная

Москва, 2022

Содержание

1	Общие положения.....	3
2.	Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке.....	3
3.	Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации.....	7

1. Общие положения

11 Комплект оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга».

12 КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме экзамена по учебной дисциплине ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга».

13 КОС разработаны на основании положений:

- ФГОС СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»;
- Основной профессиональной образовательной программы по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке.

2.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате оценки осуществляется проверка следующих объектов:

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории	Планирование и организация работы подразделения; Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; Принятие эффективных управленческих решений
ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы	Использование в земельно-имущественных отношениях особенностей менеджмента и маркетинга; Принятие эффективных решений, используя систему методов управления; Разработка и реализация мотивационной политики в организации;

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Участие в профессиональных конкурсах, конференциях, олимпиадах различного уровня; Качественное освоение программы учебной дисциплины;
ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности	Использование актуальной нормативно-правовой документации по профессии (специальности) ; Применение современной профессиональной терминологии; Определение траектории профессионального развития и самообразования; Грамотно устно и письменно излагать свои мысли по профессиональной тематике на государственном и иностранном языках;
ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность,	Использование актуальной нормативно-правовой документации по профессии (специальности) ;

определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Применение современной профессиональной терминологии; Определение траектории профессионального развития и самообразования
ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Распознавание сложных проблемные ситуации в различных контекстах. Проведение анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности ; Определение этапов решения задачи. Оценка рисков на каждом шагу
ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности; Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности;
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Проявление толерантность в рабочем коллективе; Участие в деловом общении для эффективного решения деловых задач; Планирование профессиональной деятельность; Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Результативность работы по формированию личного портфолио; Понимать значимость своей профессии (специальности); Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности;
ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности .	Готовность самостоятельно находить и изучать информацию, необходимую для принятия решения в условиях смены технологий в профессиональной деятельности; Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

2.2. В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Код и наименование элемента умений	Код и наименование элемента знаний
У1 планировать и организовывать работу подразделения;	З1 сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития
У2 формировать организационные структуры управления	З2 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)
У3 разрабатывать мотивационную политику организации	З3 внешнюю и внутреннюю среду организации
У4 применять в профессиональной	З4 цикл менеджмента

деятельности приемы делового и управленческого общения	
У5 принимать эффективные решения, используя систему методов управления	35 процесс принятия и реализации управленческих решений
У6 учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	36 функции менеджмента в рыночной экономике
У7 анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	37 организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта
У8 определять стратегию и тактику относительно ценообразования	38 систему методов управления
	39 методику принятия решений
	310 стили управления, коммуникации, деловое общение
	311 сущность и функции маркетинга
	312 конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

2.3 Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Дисциплина	Формы промежуточной аттестации
Основы менеджмента и маркетинга	экзамен

2.4. Типовые задания для оценки освоения дисциплины при текущей аттестации

Функциональный признак оценочного средства (тип контрольного задания)	Метод/форма контроля	Код контрольного задания
Расчетная задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание, лабораторная работа, практические занятия, письменный экзамен	1
Поисковая задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание	2
Аналитическая задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание	3
Тест, тестовое задание	Тестирование, письменный экзамен	4
Практическое задание	Лабораторная работа, практические занятия, практический экзамен	5

2.5 Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины:

№ Темы	Содержание теоретического материала по программе УД	Профессиональные компетенции	Код элемента умений	Код элемента знаний

1	Теоретические основы менеджмента	ОК 1; ОК 2 ПК 1.4	У1 – У5	31- 310
2	Организация как объект современного менеджмента	ОК.1 -ОК.8 ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
3	Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	ОК 2 ПК 1.4	У1 - У5	31- 310
4	Функции менеджмента	ОК.1 -ОК.8 ПК 1.4	У1 - У5	31- 310
5	Принятие управленческих решений	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
6	Место и задачи менеджера в системе управления	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
7	Сущность маркетинга	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
8	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
9	Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
10	Сегментирование рынка	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
11	Ценообразование в маркетинге	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312

3. Структура контрольного задания промежуточной аттестации

3.1 Критерии оценки заданий

Наименование дидактической единицы	Код элемента умения	Код элемента знания	Уровень деятельности при контроле	Номер задания в варианте теста - задания	Критерий зачета
Теоретические основы менеджмента	У1 – У5	31- 310	1,2	22,24,46,47	2
Организация как объект современного менеджмента	У1 - У5	31- 310	1,2	43,44,45	1,2
Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	У1 - У5	31- 310	2,3	21,23,25,26	2,3
Функции менеджмента	У1 - У5	31- 310	2,3	27,28,39,41,42	2,3
Принятие управленческих решений	У1 - У5	31- 310	2,3	29,30,40	2,3
Место и задачи менеджера в системе управления	У1 - У5	31- 310	2,3	31,32,33,34,35,36	2,3
Сущность маркетинга	У6 – У8	311- 312	2,3	1,2,3,37	2,3
Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	У6 – У8	311- 312	2,3	8,9,10,18	2,3
Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	У6 – У8	311- 312	2,3	4,5,6,7	2,3
Сегментирование рынка	У6 – У8	311- 312	2,3	11,12,13,14,15,	2,3
Ценообразование в	У6 – У8	311- 312	2,3	16,17,19,20,	2,3

3. Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

3.1 Тестовые задания для текущего контроля:

1. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров
- б) снижение издержек производства
- а) установление цен на товары
- г) удовлетворения потребностей потребителей

2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- а) товарная ориентация
- б) производственная ориентация
- в) сбытовая ориентация
- г) ориентация на потребителя, общество в целом

3. Объектами маркетинга являются:

- а) товары
- б) услуги
- в) фирмы
- г) все вышеперечисленные ответы

4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- а) маркетинговые исследования;
- б) инвентарный контроль
- в) товарная политика
- г) создание рекламного обращения

5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

- а) товар, цена, продвижение товара, распространение
- б) товар, стимулирование сбыта, реклама
- в) сбыт товара, ценообразование, продвижение
- г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков

6. С точки зрения маркетинга товар – это:

- а) результат исследований, разработок и производства
- б) продукт труда предназначен для продажи
- в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей
- г) все товары на предприятиях

7. Позиционирование товара – это:

- а) сегментирование рынка
- б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара
- в) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями
- г) выбор целевого рынка

8. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок
- б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта
- в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду
- г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы

9. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?

- а) привлечь внимание
- б) удержать интерес
- в) побуждать к действию, то есть покупки
- г) все ответы правильные

10. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

- а) поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей
- б) мотивацию покупателей
- в) продажа товаров по цене ниже себестоимости
- г) увеличение реальных доходов граждан

11. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

12. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для

- а) концепции социально-этичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

13. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

14. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

15. Реклама – это элемент:

- а) политики продвижения товара;
- б) товарной политики;
- в) сбытовой политики;
- г) ценовой политики

16. Комплекс маркетинга включает в себя:

- а) управления предприятием;
- б) совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
- в) выбор условий реализации;
- г) ваш вариант ответа

17. Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) оптового посредника.

18. К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

- а) рекламы;
- б) персональной продажи;
- в) пропаганды;
- г) стимулирование сбыта;

19. Спрос на товары эластичный если:

- а) при изменении цены спрос существенно изменяется;
- б) при изменении цены спрос остается неизменным;
- в) цена и спрос не зависят друг от друга;
- г) спрос постоянно растет.

20. Каналы распределения выполняют следующие функции:

- а) закупка и продажа товаров;
- б) транспортировки и хранения продукции;
- в) создание торгового ассортимента;
- г) все ответы правильные.

21. Какой из подходов не относится к известным школам в управлении?

- а) научное управление
- б) административное управление
- с) новая экономическая политика
- д) человеческие отношения

22. Линейная организация управления позволяет сформулировать управленческую структуру, которая является:

- а) гибкой
- б) саморегулируемой
- с) стабильной и прочной
- д) все перечисленное

23. Почему именно США стали родиной современного управления?

- а) отсутствие проблем с происхождением, национальностью
- б) поддержка идеи образования для всех, огромный рынок рабочей силы
- с) образование монополий
- д) все перечисленное

24. Ключевым фактором в любой модели управления являются:

- а) люди
- б) средства производства
- с) финансы

- d) структура управления
25. Целью классической школы управления было создание
- a) методов нормирования труда
 - b) универсального принципа управления
 - c) условий трудовой деятельности работников
 - d) методов стимулирования производительности труда
26. «Отцом научного управления» часто называют:
- a) А. Файоля – он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования
 - b) Фрэнк и Лилиан Гильбертов – они выделили семнадцать основных микродвижений рабочих, назвав их терблигами; а также они разработали метод анализа микродвижений, в основу которого была положена кинограмма движений рабочего
 - c) Ф. Тейлора – он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и изучения его трудовых движений
 - d) Г. Ганта – он создал график, который позволял планировать, распределять и проверять работу. Этот график явился предшественником системы сетевого планирования ПЕРТ, в которой сейчас используют ЭВМ. Он же знаменит своей системой материального стимулирования за выполненное задание
27. Какая из перечисленных теорий мотивации не относится к содержательным теориям:
- a) теория Абрахама Маслоу
 - b) модель Портера Лоулера
 - c) теория Фредерика Герцберга
 - d) теория Макклеланда
28. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это:
- a) мотивация по статусу
 - b) внешняя мотивация
 - c) мотивация по результату
 - d) внутренняя мотивация
29. В теории управленческих решений под термином «проблема» понимается...
- a) расхождение между желаемым и фактическим состоянием объекта организационного управления
- совокупность взаимосвязанных характеристик, принятых для описания объекта организационного управления и их установленные нормативные значения количественная или качественная величина, характеризующая объект управления формализованное описание желаемого состояния объекта организационного управления
30. При необходимости принять рациональное управленческое решение Вы...
- a) будете руководствоваться «здравым смыслом» и прошлым опытом действий в аналогичных ситуациях
 - b) примете решение, исходя из рассуждений, основанных на собственном опыте
 - c) определите симптомы, ограничения и критерии оптимальности, по которым сравните различные альтернативы и
 - d) взвесите положительные и отрицательные последствия по каждому варианту действий и выберете наилучшую
31. Тип лидеров, которые стремятся разрабатывать собственную теоретическую концепцию, собственное видение развития группы, воздействуют на последователей силой интеллекта:
- a) теоретики

- б) агитаторы
- в) консерваторы

32. Склонен к самодраматизации (демонстративности), страстно желает привлечь к себе внимание; его самооценка зависит от того, насколько он нравится другим; он внушаем, поэтому невозможно ждать от него последовательного проведения какой-либо идеи; ему трудно концентрироваться на деталях и фактах, сложно фокусировать внимание на конкретных проблемах; в общении с другими проявляет себя как «политикан» и «торговец»:

- а) «отличник» (компульсивный стиль)
- б) «артист» (демонстративный стиль)
- в) «сподвижник» (депрессивный стиль)

33. Убеждение последователей о власти лидера, присутствующее в их сознании, — это ... лидера:

- а) легитимность
- б) относительность
- в) самоактуализация

34. Лидер, который быстро реагирует на насущные требования, сформулированные его последователями, способен эффективно действовать в экстремальных условиях, быстро принимать решения, адекватно реагировать на ситуацию:

- а) «патриарх»
- б) «служитель»
- в) «пожарный»

35. Руководитель, который высоко ориентирован на отношения и низко ориентирован на задачи в ситуации, не допускающей такого поведения, что делает его менее эффективным; он главным образом заинтересован в гармонии:

- а) миссионер
- б) дезертир
- в) бюрократ

36. Лидер, который задает тон в решении групповых проблем, — это лидер:

- а) инициатор
- б) эрудит
- в) организатор

37. Кто является основоположником маркетинга:

- а) Альфред Ньюман
- б) Клейтон Кристенсен
- в) Филип Котлер

38. Технологическая эффективность управленческих решений выражается в достижении таких целей, как...

Выберете несколько вариантов ответов

- а) снижение значимости влияния фактора моды
- б) рост социальной защищенности населения
- с) повышение пропускающей способности оборудования
- д) рост автоматизации производства

39. Какова важнейшая функция управления?

- а) получение максимальной прибыли
- б) создавать условия для дальнейшего успешного функционирования предприятия
- с) минимизация налоговых платежей
- д) завоевывание новых рынков сбыта

40. Какой смысл вкладывается в слово «риск» при принятии решений?

- а) степень значимости проблемы для общей деятельности фирмы
- б) степень влияния неправильно решенной проблемы на служебное положение

руководителя

- с) уровень определенности, с которой можно прогнозировать результат
 - д) уровень превышения своих полномочий
41. Для того, чтобы быть эффективным контроль должен быть
- а) всеобъемлющим
 - б) постоянно действующим
 - с) экономным
 - д) независимым
42. Предварительным контролем финансовых ресурсов организации является
- а) бюджет
 - б) заключение аудиторской организации
 - с) баланс
 - д) финансовый отчет за прошедший период времени
43. Какое условие препятствует возникновению формальной организации людей (по Бернарду)?
- а) способность общаться
 - б) достижение общей цели
 - с) стремление к свободе действий
 - д) желание совместных действий
44. В чем заключается принцип единства управления?
- а) у любого служащего (работника) может только один руководитель
 - б) полную и абсолютную ответственность за деятельность всего предприятия должен нести один человек
 - с) число лиц, находящихся в эффективном управлении лимитировано
 - д) ответственность за работу коллектива несет группа руководителей
45. Отличительной чертой формальной организации является
- а) отсутствие единства в действиях ее членов
 - б) жесткое давление на ее членов
 - с) наличие должностных инструкций и предписаний
 - д) сознательная координация действий двух или более лиц
46. Объект и субъект менеджмента это:
- а) технические ресурсы
 - б) люди
 - в) финансовые ресурсы
 - г) технологии
47. Менеджмент и управление – это:
- а) одно и то же
 - б) разные, но связанные между собой процессы
 - в) взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 - г) взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента
48. Метод анализа, применяемый при изучении сложных явлений, отдельные элементы которых неизмеримы, и позволяющий провести разложение по факторам относительных и абсолютных отклонений обобщающего показателя, называется:
- а) индексным
 - б) цепных подстановок
 - в) элиминирования
49. В систематическом сборе и обработке дополнительной информации и внесении необходимых корректив в прогноз отражается принцип ... организации прогнозирования:
- а) параллельности
 - б) непрерывности
 - в) автоматичности

50. Процесс перебора множества факторов, влияющих на результат: а) факторизация решения
 б) диагностика проблемы в) оптимизация решения

КЛЮЧ К ТЕСТАМ

1	г	26	с
2	г	27	б
3	г	28	б
4	б	29	а
5	а	30	д
6	в	31	а
7	в	32	б
8	б	33	а
9	г	34	в
10	а	35	а
11	в	36	а
12	г	37	в
13	б	38	с, d
14	а	39	б
15	а	40	с
16	б	41	с
17	б	42	а
18	в	43	с
19	а	44	б
20	г	45	д
21	с	46	б
22	с	47	в
23	а	48	а
24	а	49	б
25	б	50	в

3.2 Примерные вопросы для собеседования (экзамен)

1. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия.
2. Национальные особенности менеджмента.
3. Организация как объект менеджмента.
4. Органы управления.
5. Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, линейно-штабная и др.
6. Внутренняя среда организации.
7. Внешняя среда организации: факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия.
8. Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) как основа управленческой деятельности.
9. Роль планирования в организации. Формы планирования
10. Виды планов. Основные стадии планирования.
11. Стратегическое планирование. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ и

выбор стратегии, ее оценка.

12. Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация.

13. Первичные и вторичные потребности.

14. Содержательные теории мотивации.

15. Процессуальные теории мотивации.

16. Теории мотивации.

17. Сущность делегирования, правила и принципы делегирования.

18. Основные методы управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические, их достоинства и недостатки.

19. Самоменеджмент. Планирование и организация работы менеджера.

20. Понятие общения и коммуникации.

21. Информация и ее виды: функциональная, координационная, оценочная.

22. Эффективная коммуникация.

23. Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий.

24. Абстрактные типы собеседников.

25. Типы решений и требования, предъявляемые к ним.

26. Методы принятия решений: индивидуальный, групповой, преимущества и недостатки.

27. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения.

28. Контроль, понятие и сущность;

29. Этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.

30. Контроль и его виды: предварительный, текущий, заключительный.

31. Сущность и классификация конфликтов.

32. Конфликты в коллективе и пути их преодоления.

33. Причины и виды конфликтов.

34. Методы управления конфликтами.

35. Последствия конфликтов.
36. Природа и причина стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса.
37. Стили руководства в управлении.
38. Этические аспекты менеджмента.
39. Этика и современное управление.
40. Уровни социальной ответственности организации.
41. Этика бизнеса на международном уровне.
42. Понятие эффективности управления. Взаимосвязь понятий эффективность, производительность, качество.
43. Основные количественные характеристики эффективности управления.
44. Экономическая и социальная эффективность.
45. Подходы и методы оценки эффективности управления. Обобщающие и частные показатели эффективности управления.
46. Исследование маркетинговой среды предприятия
47. Влияние факторов на маркетинговую деятельность предприятия.
48. Исследование потенциала рынка.
49. Анализ методов ценообразования и оптимизация ценовой политики предприятия.
50. Разработка товара и выведение его на рынок.
51. Исследование методов прогнозирования спроса и емкости рынка .
52. Методы прогнозирования спроса и емкости рынка.

Примерные практические задания:

Задание 1. Для менеджмента личность руководителя как объект и субъект управления важна с точки зрения поведения его на работе, общения с сотрудниками, отношения к делу, способностей, опыта, честности и других черт характера.

1. Основываясь на теоретических положениях, определите, какие из черт характера наиболее предпочтительны для: а) коммерческого директора; б) начальника отдела маркетинга и рекламы; в) заведующего отделом (секцией); г) менеджера по закупкам – товароведа.

2. Составьте «портрет» менеджера XXI века.

Задание 2. Определить, какие из перечисленных ниже целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными?

1. Увеличить долю фирмы на рынке с 5 до 10%.
2. Обеспечить рост доходов на 5%.
3. Обеспечить повышение качества продукции.
4. Добиться ежегодного увеличения объема продаж с 1 до 2 млрд руб. за 5 лет.
5. Раз в полтора-два года выходить на новый рынок.
6. Достигнуть 20%-ного уровня доходов по акциям.
7. Добиться повышения цены акций.
6. Повысить репутацию фирмы среди клиентов.
9. Повысить конкурентоспособность фирмы.
10. Добиться 100%-ного уровня удовлетворения запросов клиентов.
11. Расширить номенклатуру продукции.

Задание 3. Рассмотрите ситуацию и выберите вариант управленческого решения. Обоснуйте свой выбор. Ситуации для принятия управленческих решений

Ситуация 1. Когда вам случается быть как представителю администрации на презентации фирмы или произведения искусства, к чему вы более склонны: А. Вести разговоры на темы, близкие вам (особенно по профессии), вашим интересам в искусстве, литературе, спорте. Б. Выяснить взаимоотношения по спорным или принципиальным вопросам, чтобы отстоять свою личную точку зрения. В. Не выделяться, поддерживать общую тему разговора, разделять общее приподнятое, непринужденное настроение в

компании. Г. Постараться быть оригинальным, совершая нестандартные поступки.

Задание 4. Между двумя Вашими подчиненными возник межличностный конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к Вам с просьбой, чтобы Вы разобрались в создавшейся ситуации и поддержали его позицию. Обоснуйте свой вариант поведения в конфликте.

Задание 5. Вам предложено заполнить анкету, посвященную преимуществам самоменеджмента. Какие из этих преимуществ наиболее важные и какие в наибольшей степени оказывают влияние на формирование жизненной цели менеджера? Что Вы запишете в качестве определения в графу «Организованность»? Свой ответ аргументируйте.

Задание 6. Менеджмент – это не только управление людьми, но и самим временем. Знаменитая формула Б. Франклина «время-деньги» на многие десятилетия стала девизом рыночного хозяйствования и предприимчивости. В науке это нашло отражение в понятии «социальное время». Задание. Истолкуйте понятие «социальное время», учитывая его нравственное содержание. Как это цивилизованный подход к измерению времени отразился на Вашей деятельности? Какие требования в этой связи следует предъявлять к деловому общению партнеров?

Задание 7. Попробуйте поместить себя в ситуацию морального конфликта и, воспользовавшись наличием свободной воли, сделайте правильный выбор. У вас есть два самых близких друга, которых Вы очень любите и цените. Вдруг Вы узнаете, что один из них, стремясь помочь Вам устроиться на очень желанное для Вас место работы, предал другого (который тоже претендовал на это место), сообщив о нем в новую фирму дискредитирующую ложную информацию. Работу предложили Вам. Друг, кандидатуру которого отвергли, не знает о подоплеке этого дела. О Вашей осведомленности не знает и тот Вам друг, который способствовал Вашему назначению на должность.

Задание. Как Вы себя поведете в подобной ситуации? Постарайтесь проанализировать свою мотивацию и те затруднения, которые Вы могли бы испытывать в процессе принятия решения. Может ли отразиться, на Ваш взгляд, подобная ситуация на деловом общении участвующих лиц?

Задание 8. В Ваш «дружный» коллектив приходит «новичок». Он считается прекрасным специалистом и его качества соответствуют большинству наилучших качеств менеджера. С течением времени это подтверждается, но выясняется, что при выполнении срочных заданий, требующих высокой организованности и пунктуальности, качество его работы снижается. Вы приглашаете его на беседу и говорите: ...

Задание 9. Ситуация № 3 Приняв на работу менеджера, Вы надеялись на более эффективную работу, но в результате разочарованы, так как он не соответствует одному из важнейших качеств менеджера – самодисциплине. Он не обязателен, не собран, не умеет отказывать. Но тем не менее, он отличный профессионал в своей деятельности. Как Вы разрешите данную ситуацию?

Задание 10. Ситуация № 4 Вам предложено заполнить анкету, посвященную преимуществам самоменеджмента. Какие из этих преимуществ наиболее важные и какие в наибольшей степени оказывают влияние на формирование жизненной цели менеджера? Что Вы запишете в качестве определения в графу «Организованность»? Свой ответ аргументируйте.

Задание 11. Определить конкурентоспособность гражданских самолетов, характеристики которых представлены в таблице. Сделать вывод о наиболее конкурентоспособном самолете на основании расчета коэффициентов конкурентоспособности каждого из них (в сравнении с самолетом-аналогом).

Задание 12. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет

6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задание 13. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

Задание 14. Автомобильная фирма зарегистрировала в последние месяцы значительный спад оборота, хотя цены остались на прежнем уровне, а затраты на рекламу были увеличены. Как руководитель отдела маркетинга предложите и опишите схему анализа маркетинговой среды в сфере действия фирмы.

Задание 15. Плановый отдел представил отделу маркетинга следующие данные об издержках производства продукции в точке безубыточности (см. табл.). Сотрудники отдела маркетинга, исходя из вложившейся ситуации на рынке и реализуемых инструментов продвижения товара, рассчитывают получить целевую прибыль в размере 300000 руб. заполните пустые строчки таблицы. Каков будет объем продаж в натуральных показателях? Каковы достоинства и недостатки метода «получения целевой прибыли»?

Задание 16. Томская швейная фабрика «Весна», специализирующаяся на выпуске брюк, костюмов и платьев, имеет разную рентабельность продаж по каждому из перечисленных товаров.

На основе данных таблицы определите, какую продукцию необходимо рекламировать в большой степени. Менеджер фирмы по рекламе решил большую часть рекламного бюджета направить на финансирование рекламы платьев. Прав ли он? Ответы обосновать. Составьте рекламный бюджет по направлениям расходования средств.

Задание 17. Проанализировать сбытовую политику предприятия методом ABC-анализа и сделать выводы о целесообразности реализации отдельных продуктов в программе предприятия. В качестве критериев ранжирования использовать: удельный вес реализуемой продукции в денежном выражении; долю в объеме затрат; долю в прибыли.

Задание 18. Определите, выгодно ли предприятию снизить цену товара на 100 руб., если текущая цена товара 2600 руб., планируемый объем продаж 1,2 млн. единиц. Показатель эластичности спроса – 1,5. Конкуренты также снизят цены.

Задание 19. Оцените ситуацию и примите решение: усовершенствовать организационную структуру управления маркетингом или упразднить, передав ее основные функции консалтинговым компаниям.

Задача 20. Динамика объема продаж кофемолок за последние пять месяцев представлена в таблице (см. файл). Сделать прогноз продаж на сентябрь.

Критерии оценки

Результаты выполнения теоретического задания и результаты выполнения практического задания суммируются. Формируется свод результатов, полученные результаты соотносятся с 5-бальной системой оценки.

	Критерии оценки к теоретическому заданию	Баллы за критерии оценки
		Максимальный балл –
1	- демонстрирует глубокое, полное знание и понимание учебного материала; - дает точное определение и истолкование основных понятий,	1

	<p>терминов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - при ответе демонстрирует самостоятельность суждений, приводит верные аргументы, делает правильные выводы; - последовательно, чётко, связно, логично и безошибочно излагает учебный материал; - правильно и обстоятельно отвечает на сопутствующие вопросы 	
2	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует знание и понимание учебного материала; - в основном правильно, без изменения основной сути, дает определения понятий, терминов; - при ответе демонстрирует самостоятельность суждений, выводы верные, но недостаточно аргументированы; - учебный материал излагает в определенной логической последовательности - при ответе на вопрос допускает несущественные ошибки и (или) не более двух недочетов, которые студент может исправить самостоятельно при требовании преподавателя; дает правильные ответы на сопутствующие вопросы 	0,5
3	<ul style="list-style-type: none"> - раскрывает основное содержание учебного материала; - допускает ошибки в определении и истолковании основных понятий, терминов, которые может исправить самостоятельно или при небольшой помощи преподавателя; - самостоятельно формулирует ответ на вопрос, приводит частично верные аргументы, отдельные выводы нельзя считать верными и обоснованными; - нарушена логическая последовательность изложения учебного материала, при ответе на вопрос допущена одна грубая ошибка и (или) более двух недочетов; - студент испытывает значительные затруднения, отвечая на сопутствующие вопросы 	0,25
4	<ul style="list-style-type: none"> - не раскрывается основное содержание учебного материала; - не знает или дает неверное определение и истолкование основных понятий, методик; - даются неверные ответы на вопросы 	0
ИТОГО		1

	Критерии оценки к практическому заданию	Баллы за критерии оценки
		Максимальный балл –
1	Верно и полно даны ответы на все поставленные вопросы. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	3,0
2	Верно, но не полно даны ответы на все поставленные вопросы. Ответы в целом верны. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более	1,5

	двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	
3	Верно и полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	1,0
4	Верно, но не полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	0,5
5	Отсутствует окончательный вариант решения ситуационной задачи. Решение неверное или отсутствует.	0
	ИТОГО	3