

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаров Алексей Владимирович
Должность: И.о. директора технологического колледжа
Дата подписания: 25.03.2024 10:32:20
Уникальный программный ключ:
7f14295cc243663512787ff1135f9c1203eca75d



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева)

УТВЕРЖДАЮ
И.о. проректора по УМБЕР

Е.В. Хохлова
«25» 03 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

Специальность: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Москва, 2022г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга» обязательной частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, в составе общепрофессионального учебного цикла.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1 – 8; ПК 1.4, 3.1.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК 1 – 8; ПК 1.4,	<ul style="list-style-type: none"> – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования; 	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); - внешнюю и внутреннюю среду организации; - цикл менеджмента; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - функции менеджмента в рыночной экономике: - организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - систему методов управления; - методику принятия решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение; - сущность и функции маркетинга; - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	72
в т. ч.:	
лекции, уроки	22
практические занятия	18
Самостоятельная работа	30
консультации	2
Промежуточная аттестация в форме экзамена (1 семестр)	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Раскрываемые компетенции	Уровень освоения
1	2	3		
Раздел 1.	Основы менеджмента			
Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента	Содержание учебного материала Понятие и сущность менеджмента. Основное содержание менеджмента. Виды менеджмента. Задачи менеджмента. Принципы менеджмента. История развития менеджмента.	2	ОК 1; ОК 2 ПК 1.4	1
	Практические занятия 1.	2		2
Тема 1.2. Организация как объект современного менеджмента.	Содержание учебного материала Понятие организации. Организация как открытая система. Жизненный цикл организации. Функциональные области как объекты менеджмента. Типы организаций.	2	ОК.1 - ОК.8 ПК 1.4, ПК3.1	1
	Практические занятия 2.	2		2
Тема 1.3. Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	Содержание учебного материала Школа научного управления. Классическая школа управления. Школа человеческих отношений в управлении. Школа поведенческих наук. Количественная школа. Ситуационный подход. Процессный подход. Системный подход.	2	ОК 2 ПК 1.4	1
	Практические занятия 3.	2		2
Тема 1.4. Функции	Содержание учебного материала	2	ОК.1 -	1

менеджмента	Основные функции менеджмента. Планирование, его виды и принципы. Организация как процесс формирования структуры. Основные виды структур управления (линейная, функциональная, дивизионная, матричная). Мотивация и ее сущность. Содержательные теории мотивации (теория А. Маслоу, Мак-Клеланда, Ф. Герцберга, М.Фриберга). Процессуальные теории мотивации (теория ожиданий, теория справедливости, теория мотивации Л.Портера-Э.Лоулера). Контроль как функция менеджмента. Основные виды, технология проведения, требования к эффективному контролю.		ОК.8 ПК 1.4	
	Практические занятия 4.	2		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа 1.	10		3
Раздел 2	Принятие управленческих решений			
Тема. 2.1. Принятие управленческих решений.	Содержание учебного материала	2	ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие и виды управленческих решений. Этапы разработки и принятия решений. Методы принятия решений.			
	Практические занятия 5.	2		2
Тема. 2.2 Место и задачи менеджера в системе управления.	Содержание учебного материала	2	ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие и роль менеджера в организации. Уровни управления. Стили руководства. Теория лидерства. Коммуникации. Личные качества менеджера. Понятие эффективности, эффекта. Критерии эффективности менеджмента. Показатели эффективности менеджмента.			
	Практические занятия 6.	2		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа 2.	10		3
Раздел 3.	Основы маркетинга			
Тема 3.1. Сущность	Содержание учебного материала		ОК.1-	1

маркетинга	Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям).	2	ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	
	Практические занятия 7.	2		2
Тема 3.2. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	Содержание учебного материала		ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований.	2		
	Практические занятия 8.	2		2
Тема 3.3. Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	Содержание учебного материала	2	ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие маркетинговой среды и ее составные части. Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку.			
Тема. 3.4. Сегментирование рынка	Содержание учебного материала	2	ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.			
	Практические занятия 9.	2		2
Тема. 3.5 Ценообразование в маркетинге	Содержание учебного материала	2	ОК.1- ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	1
	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта.			
	Внеаудиторная самостоятельная работа 3.	10		3
Промежуточная аттестация в форме экзамена				
Всего:		72		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально – техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Менеджмента; Маркетинга для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации учебной дисциплины

Основная литература

1. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.] ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

2. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.] ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode>

3. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Дополнительные учебные издания

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Интернет-ресурсы:

5. Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева (далее ЭБС) сайт www.library.timacad.ru
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <https://cyberleninka.ru/>
7. Сетевая электронная библиотека аграрных вузов - <https://e.lanbook.com/books>
8. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.</p> <p>ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.</p> <p>ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности</p> <p>ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.</p> <p>ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента; процесс принятия и реализации управленческих решений; функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений; стили управления, коммуникации, деловое общение; 	<p>Текущий контроль: - опрос устный; - тестирование; - выполнение практической работы.</p> <p>Оценка результатов выполнения самостоятельной работы</p> <p>Промежуточная аттестация в форме: 1 семестр – экзамен</p> <p>Метод проведения промежуточной аттестации 1 семестра: выполнение комплексного задания</p>

<p>сущность и функции маркетинга; конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – с планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования; 	
---	--

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

Контрольно-оценочные средства

**для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга**

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен (1 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется пятибалльная шкала для оценивания результатов обучения.

Перевод пятибалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации
Оценка 5 «отлично»	4,6-5
Оценка 4 «хорошо»	3,6-4,5
Оценка 3 «удовлетворительно»	3-3,5
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 2,9

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Ответить на вопросы теста. Задание формируется по вариантам. Каждый вариант включает в себя 25 вопросов.

Примерные вопросы задания «Тестирование»

1. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров
- б) снижение издержек производства
- в) 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:

_____ продвижение товара, распространение.

Правильный ответ: *(товар, цена)*

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 _____ персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта

Правильный ответ: *(рекламу)*

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: _____.

Правильный ответ: *(концепции совершенствования производства)*

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

Правильный ответ: *(концепции совершенствования товара)*

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: _____.

Правильный ответ: *(концепции интенсификации коммерческих усилий)*

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: _____.

Правильный ответ: *(концепции социально-этичного 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

в) новая экономическая политика

г) человеческие отношения

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

Правильный ответ: *(стабильной и прочной)*

23. Почему именно США стали родиной современного управления?

- a) *отсутствие проблем с происхождением, национальностью*
- b) *поддержка идеи образования для всех, огромный рынок рабочей силы*
- c) *образование монополий*
- d) *все перечисленное*

24. Ключевым фактором в любой модели управления являются: _____.

Правильный ответ: *(люди)*

25. Целью классической школы управления было создание _____.

Правильный ответ: *(универсального принципа управления)*

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: _____.

Правильный ответ: *(внешняя мотивация)*

29. В теории управленческих решений под термином «проблема» понимается противоречие в ситуации, _____ которого приблизит ситуацию к поставленной цели

Правильный ответ: *(разрешение)*

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 альтернативным
- 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: _____.

Правильный ответ: *(теоретики)*

32. Склонен к самодраматизации (демонстративности), страстно желает привлекать 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»:

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

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

Правильный ответ: *(легитимность)*

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

- a) «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:

- a) 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...

Выберите 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

Критерии оценки

Оценка за задание «Тестирование» определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы. **Один верный ответ равен 0,25 баллу.**