

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мусьял Александр Вячеславович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.07.2025 14:46:40
Уникальный программный ключ:
297fef716e5ece559822a236feffc4d8a43d0cf1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Основы экономики, менеджмента и маркетинга
(наименование дисциплины)
35.02.06 Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции
(шифр и наименование ОПОП СПО)

1. Перечень компетенций, индикаторов компетенций и дескрипторов:

Код	Наименование результата обучения
ОК 01.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые способы и методы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПК 1.1.	Выбирать и реализовывать технологии производства продукции растениеводства
ПК 1.2.	Выбирать и реализовывать технологии первичной обработки продукции растениеводства
ПК 1.3.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сельскохозяйственного сырья и продукции растениеводства
ПК 2.1.	Выбирать и реализовывать технологии производства продукции животноводства
ПК 2.2.	Выбирать и реализовывать технологии первичной обработки продукции животноводства
ПК 2.3.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сельскохозяйственного сырья и продукции животноводства
ПК 3.1.	Выбирать и реализовывать технологии хранения в соответствии с качеством поступающей сельскохозяйственной продукции и сырья
ПК 3.2.	Контролировать состояние сельскохозяйственной продукции и сырья в период хранения
ПК 3.3.	Выбирать и реализовывать технологии переработки сельскохозяйственной продукции
ПК 3.4.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сырья, материалов, сельскохозяйственной продукции на этапе переработки
ПК 3.5.	Выполнять предпродажную подготовку и реализацию сельскохозяйственной продукции
ПК 4.1.	Участвовать в планировании основных показателей сельскохозяйственного производства
ПК 4.2.	Планировать выполнение работ исполнителями
ПК 4.3.	Организовывать работу трудового коллектива
ПК 4.4.	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями
ПК 4.5.	Вести утвержденную учетно-отчетную документацию

В результате освоения учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» обучающийся должен обладать **знаниями**:

- 31-методику расчета показателей деятельности организаций;
- 32- основные положения экономической теории;
- 33-принципы рыночной экономики;
- 34-современное состояние и перспективы развития отрасли;
- 35-роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- 36-механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- 37-формы оплаты труда;
- 38-стили управления, виды коммуникации;
- 39-принципы делового общения в коллективе;
- 310-управленческий цикл;
- 311-особенности менеджмента в области животноводства;

312-сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

313-формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

умениями:

У1- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У2- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

У3 -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

2. Описание показателей (типов заданий) и критериев оценки (указания по оцениванию и результат оценивания) индикаторов компетенций для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Тип заданий	Указания по оцениванию для каждого типа заданий	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение задания/характеристика правильности)
Задание закрытого типа с выбором правильного ответа	Задание закрытого типа с выбором правильного ответа считается верным, если правильно установлен ответ	Совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов. Либо указывается «верно»/ «неверно»
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов. Либо указывается «верно»/ «неверно»
Задание закрытого типа на установление последовательности	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов. Либо указывается «верно»/ «неверно»
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана цифра и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно».
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно».
Задание открытого типа с развернутым ответом	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте.	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность/ответ правильный, но не полный – 1 балл, если допущено более одной ошибки/ответ неправильный/ ответ отсутствует – 0 баллов Либо указывается «верно»/«неверно».

3. Уровни сложности оценочных материалов

Наименование	Характеристика	Время выполнения
Базовый	Воспроизведение, терминология, факты, параметры, теории, принципы. Тип задания: задания с выбором ответа, комбинированные задания	1-3 мин.
Повышенный	Применение знаний в типичной ситуации, решение типовых задач, сопоставление, последовательность. Тип задания: комбинированные задания, задания с развернутым ответом	3-5 мин.
Высокий	Применение знаний в нестандартной ситуации, решение нетиповых задач, алгоритмы, доказательства, обоснования. Тип задания: задания на установление последовательности и соответствия, задания с развернутым ответом	5-10 мин.

4. Сценарии выполнения тестовых заданий.

Тип задания	Последовательность действий при выполнении задания
Задание закрытого типа с выбором правильного ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания. 2. Внимательно прочитать список предполагаемых ответов. 3. Записать ответ.
Задание закрытого типа на установление соответствия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4)
Задание закрытого типа на установление последовательности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности без пробелов и знаков препинания (например, БА или 135)
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один ответ, наиболее верный. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются несколько из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько вариантов ответа, наиболее верных. 4. Записать только номера (или буквы) выбранных вариантов ответов. 5. Записать аргументы, обосновывающие ваш выбор.
Задание открытого типа с развернутым ответом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ.

**5. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации закрытого типа.
7 семестр**

№ п/п	Текст задания	Варианты ответов / последовательность ответов	Правильный ответ (ключ)	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов в обучении по дисциплине	Время выполнения (мин.)
Тип задания: задание закрытого типа с выбором правильного ответа						
Инструкция: прочитайте текст и выберите правильный ответ						
1.	Впервые введённый термин Ксенофонтом о ведении домашнего хозяйства переводится как:	а) экономия б) национальная экономика в) экономикс		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
2.	Желание потребителя купить конкретный	а) потребность б) спрос в) нужда		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4	31-312 У1-У3	1-3 мин.
	товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку			ОК 01 - ОК 09		
3	Какие разделы включает экономическая теория	а) экономика потребления и производства б) внешнеэкономическая и национальная экономическо-политическая теория в) микро- и макро-экономика		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
4	Макроэкономика изучает	а) функционирование экономики в целом б) внешнюю среду организации в) наиболее результативные показатели деятельности		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
5	SWOD-анализ помогает получить информацию	а) о внутренней среде организации б) о внешней среде организации в) оценить возможности и		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		<p>угрозы для предприятия</p> <p>г) проанализировать сильные и слабые стороны</p> <p>д) все ответы верны</p>				
6	Экономическая теория изучает:	<p>а) деньги, банковскую систему, финансовый капитал;</p> <p>б) производство и обмен товарами;</p> <p>в) цены, занятость, доходы.</p> <p>г) как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов;</p> <p>д) материальные и духовные потребности</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.
7	Кривая производственных возможностей показывает:	<p>а) лучшую из возможных комбинаций двух товаров;</p> <p>б) полное использование ресурсов для производства двух товаров;</p> <p>в) альтернативные издержки на производство товаров;</p> <p>г) точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить;</p> <p>д) альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном использовании данного количества</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.4</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.

8	Рынок как экономическая система представляет:	а) систему хаоса, анархии и неопределенности; б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции; в) систему экономических отношений производителей и потребителей; г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики; д) ни одно из утверждений не является верным		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
9	Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:	а) спрос равен предложению; б) цена равна издержкам производства плюс прибыль; в) величина предложения равна величине спроса; г) государство устанавливает верхний предел роста цен; д) цена на товар или услуга не изменяется длительное время		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
10	Управление - это	а) процесс планирования, организации, мотивации и контроля,		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		<p>необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей.</p> <p>б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу.</p> <p>в) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя</p> <p>г) все ответы верны</p>				
11	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов с\х назначения к площади с\х угодий –это:	<p>а) фондоотдача</p> <p>б) фондоемкость</p> <p>в) фондообеспеченность</p> <p>г) фондовооруженность</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.
12	В сельском хозяйстве специфическим и средствами производства выступают растения и	<p>а) люди</p> <p>б) животные</p> <p>в) климат</p> <p>г) сельскохозяйственная техника</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.4</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.
13	По форме планирование бывает	<p>а) долгосрочное; б) властное;</p> <p>в) экспертное;</p> <p>г) эталонное.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.
14	Что не относится к функции менеджмента	<p>а) законность;</p> <p>б) добросовестность;</p> <p>в) мотивация;</p> <p>г) временность;</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p>	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		д) все ответы верны		ОК 01 - ОК 09		
15	Задачи контроля:	а) сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности; б) оценка состояния и значимости полученных результатов в) разработка и принятие решений. власть, основанная на принуждении		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
16	Анализ – это	а) это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков; б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления; в) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
17	Кто является продолжателем теоретической работы Тейлора о менеджменте:	а) А. Файольт; б) Ч. Бебидж ; в) М. Вебер		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
18	Какие приемы не используются при психологических методах управления?	а) интервью; б) беседы; в) тесты. г) расчеты; д) наблюдения		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
19	Управление – это	а) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования,		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		<p>организации и лидерства руководителя.</p> <p>б) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;</p> <p>в) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;</p>				
20	Конечной целью маркетинга является:	<p>а) Сбыт продукции по наиболее выгодным ценам б) Полное удовлетворение потребностей людей в) Обеспечение прибыли предприятию при наиболее полном удовлетворении потребностей людей;</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-312 У1-У3</p>	1-3 мин.
21	Какие потребности в теории А. Маслоу являются базовыми (находящиеся на нижнем уровне иерархии потребностей)?	<p>а) физиологические; б) защищенности и безопасности; в) принадлежности и причастности; г) признание и уважение; д) самовыражение.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-312 У1-У3</p>	1-3 мин.
22	Товар в маркетинге – это:	<p>а) предметы или услуги, способные удовлетворить потребности людей, и реализуемые через товарный рынок б) предметы или изделия, реализуемые определенной целевой аудитории в) все то, что представлено на рынке на продажу</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-312 У1-У3</p>	1-3 мин.
23	Стратегия маркетинга – это:	<p>а) долгосрочный план сбыта товаров б) определение целесообразности выпуска того или иного товара в долгосрочной</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-312 У1-У3</p>	1-3 мин.

		перспективе в) приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией;				
24	Макросреда маркетинга обусловлена:	а) мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов б) экономико- политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники; в) предпочтениями потребителей в конкретный период времени;		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
25	Что из перечисленного изучает маркетинг?	а) конъюнктуру определенного рынка в соответствии с запросами потребителей б) формирование отпускной цены на товары; в) движение трудовых ресурсов		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
26	Элементы микросреды маркетинга	а) являются основополагающими факторами при установлении цены на товар б) представляют собой те факторы и явления в окружении предприятия, которые оно может контролировать; в) не подлежат контролю со стороны предприятия		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
27	Маркетинг начинается с	а) выяснения потребностей людей б) определения объемов производства в) планирования стратегии сбыта товаров; г) установление цен на товары и услуги.		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
28	Что относится к элементам микросреды маркетинга?	а) взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, а также конкурентами б) взаимоотношения		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		предприятия с налоговыми органами; в) взаимоотношения предприятия с государством. д) кадры фирмы, финансы, производство и организация				
29	Что в маркетинге является потребностью	а) желание потребителя обзавестись тем или иным товаром б) специфический способ удовлетворения нужды, который соответствует уровню культурного развития индивида; в) объективная необходимость в чем-либо, определяющая качество жизни потребителя; г) товар определенного качества		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
30	Качество товара в маркетинге - это:	а) определенные функциональные характеристики товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным б) способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей; в) соответствие товара регламентам и техническим условиям;		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	1-3 мин.
Тип задания: задание закрытого типа на установление последовательности						
Инструкция: прочитайте текст и установите последовательность						
31.	Порядок проведения маркетингового исследования включает 5 последовательных этапов, поставьте их в верном порядке	а) Отбор источников, сбор и анализ вторичной маркетинговой информации. б) Планирование и организация сбора первичной информации. в) Выявление проблем и формулирование		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		целей исследования. г) Представление полученных результатов исследования. д) Систематизация и анализ собранной информации				
32.	Определите последовательно сть расположения потребностей в пирамиде Маслоу, начиная с низших:	а) потребность в самовыражении; б) социальные потребности; в) физиологические; г) потребность в безопасности и стабильности.		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
33	Установите правильную последовательно сть фаз экономического цикла	а) депрессия; б) пик цикла; в) подъем; г) спад (кризис).		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
34	Укажите последовательно сть структуры бизнес-плана	а) финансовый план б) организационный план в) резюме проекта г) план маркетинга д) характеристика бизнеса		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
35	Укажите правильную последовательно сть достижения экстенсивного экономического роста	а) улучшения рыночной инфраструктуры; б) мер фискальной политики; в) мер монетарной политики; г) освоения новых земель.		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
36	Определите правильную последовательно сть формирования себестоимости продукции	а) полная себестоимость б) цеховая себестоимость в) технологическая себестоимость в) производственная себестоимость		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
37	Установите правильную последовательно сть расчета заработной платы при повременно-премиальной системы оплаты труда	а) определение базового оклада за отработанные часы б) определение часовой тарифной ставки в) определение суммы премии г) определение общей суммы заработной платы		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
38	Установите последовательно сть выполняемых функций в	а) организация; б) контроль; в) планирование г) мотивация		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.

	менеджменте:					
39	Установите хронологическую последовательность этапов развития маркетинга:	а) ориентация на сбыт произведенной продукции б) ориентация на потребителя в) маркетинг есть философия бизнеса г) индивидуальный подход к потребителям		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
40	Установите последовательность этапов стратегического маркетингового анализа:	а) разработка стратегического видения б) формулирование миссии и целей организации в) анализ внутренней среды организации г) анализ внешней среды организации д) совместный анализ деятельности организации		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
Тип задания: задание закрытого типа на установление соответствия						
Инструкция: прочитайте текст и установите соответствие						
41.	Установите соответствие между понятиями	1. сильные стороны предприятия 2. слабые стороны предприятия 3. благоприятные возможности 4. факторы угрозы а) быстрый рост рынка б) хорошая репутация у потребителей в) изменение нужд и вкусов покупателей г) наличие устаревшей техники		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
42	Установите соответствие между понятиями	1. холерик 2. сангвиник 3. флегматик 4. меланхолик а) человек с сильной нервной системой, обладает быстрой реакцией, его поступки		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		<p>обдуманно, он жизнерадостен</p> <p>б) человек со слабой нервной системой, обладающий повышенной чувствительностью даже к слабым раздражителям, замкнут</p> <p>в) человек, который реагирует очень быстро, не успевает себя сдерживать, проявляя нетерпение, резкий в движениях и вспыльчивый</p> <p>г) человек со слабой нервной системой, неразговорчив, эмоции проявляет замедленно, обладает высокой работоспособностью</p>				
43	Установите соответствие между понятиями	<p>1. авторитарный</p> <p>2. демократический</p> <p>3. либеральный</p> <p>4. сочетание нескольких стилей</p> <p>а) зависит от конкретной ситуации в коллективе</p> <p>б) нетребователен к сотрудникам и не любит контролировать их работу</p> <p>в) высокая концентрация власти</p> <p>г) принятие важных решений на основе консультаций и обсуждения</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p>	<p>31-312</p> <p>У1-У3</p>	5-10 мин.
44	Установите соответствие между понятиями	<p>1. физиологические</p> <p>2. социальные</p> <p>3. потребность в самовыражении</p> <p>4. потребность в безопасности и стабильности</p> <p>а) страхование, защита, финансовая независимость</p> <p>б) стремление к творчеству, участие в принятии решений</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-312</p> <p>У1-У3</p>	5-10 мин.

		<p>в) пища, вода, жилье, отдых, одежда</p> <p>г) хорошие человеческие отношения, принадлежность к какой-либо социальной группе</p>				
45	<p>Установите соответствие между понятиями</p>	<p>1.материальная мотивация</p> <p>2.моральная мотивация</p> <p>3.социальная мотивация</p> <p>4. материальная неденежная мотивация</p> <p>а) фото на доске почета, грамота</p> <p>б) льготы и услуги предприятия для сотрудников</p> <p>в) выплата сотрудникам заработной платы, премий</p> <p>г) создание условий для творческой работы в дружном коллективе</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09 09</p>	<p>31-312</p> <p>У1-У3</p>	<p>5-10 мин.</p>
46	<p>Установите соответствие между понятиями</p>	<p>1.Финансовая и кредитная политика государства</p> <p>2. Способности руководителя</p> <p>3. Конкуренция</p> <p>4. Ресурсы (финансы, время, оборудование и др.)</p> <p>а) Факторы косвенного воздействия внешней среды</p> <p>б) Факторы прямого воздействия внешней среды</p> <p>в) Факторы внутренней среды</p> <p>г) Психологические факторы</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09 09</p>	<p>31-312</p> <p>У1-У3</p>	<p>5-10 мин.</p>
47	<p>Установите соответствие между понятиями</p>	<p>1.Монополистическая конкуренция, или конкурентный рынок</p> <p>2.Олигополия</p> <p>3.Дуополия</p> <p>4.Олигопсония</p> <p>5.Монополия</p> <p>а) рынок, на</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09 09</p>	<p>31-312</p> <p>У1-У3</p>	<p>5-10 мин.</p>

		<p>котором присутствует только один производитель товара или услуги.</p> <p>б) частный случай олигополии всего двух компаний</p> <p>в) существует большое количество компаний, каждая из которых имеет небольшую долю рынка и слабо дифференцированные продукты</p> <p>г) рынок, на котором доминирует небольшое количество компаний, которые вместе контролируют подавляющую долю рынка.</p> <p>д) рынок, на котором присутствует много продавцов, однако мало покупателей</p>				
48	Установите соответствие между понятиями	<p>1. Нерегулярный</p> <p>2. Нерациональный</p> <p>3. Отрицательный</p> <p>4. Скрытый.</p> <p>4. Скрытый.</p> <p>а) явление постоянное (снижается посещаемость музеев, театров и т.п.).</p> <p>б) спрос, когда большая часть рынка недолюбливает товар или услугу (прививки, медицинские операции).</p> <p>в) спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (например, незагруженность транспорта днем, перегруженность в часы "пик").</p> <p>г) спрос на товары, которые вредны для</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1 - ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.5</p> <p>ПК 4.1 - ПК 01 - ОК 09</p>	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		здоровья или антисоциальны (сигареты, наркотики, огнестрельное оружие). д) спрос, возникающий тогда, когда многие потребители испытывают желание в чем-либо, но не могут его удовлетворить, так как товаров и услуг на рынке недостаточно (безвредные сигареты, безопасные жилые районы, экологически чистый автомобиль)				
49	Установите соответствие между понятиями	1.Маркетинг –это кино, в котором главный герой–товар 2. Маркетинг –это продажа клиенту стандарта жизни 3. Маркетинг –правильный продукт на правильном рынке 4. Маркетинг –это решение проблем ваших клиентов с выгодой для себя а). Дж. Траут б) П. Мазур в) С. Джейн г) Р. Чэпмен		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.
50	Установите соответствие между способами сбора данных и их основным и недостатками	1. Почтовый опрос 2. Телефонный опрос 3. Фокус-группы 4. Индивидуальное интервью а) очень низкий процент возврата (около 3%), трудности мотивации респондента дать ответ; б) вопросы простые, ограничено время, трудности дозвона до нужного		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.3 ПК 3.1 - ПК 3.5 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		<p>респондента в) дорогой способ, необходимо специально оборудованное помещение, нужен специалист- модератор г) непродолжительнос ть, регистрация ответов со слов респондентов</p>				
--	--	--	--	--	--	--

**6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации открытого типа.
7 семестр**

№ п/п	Текст задания	Варианты ответов	Ответ	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов обучения по дисциплине	Время выполнения (мин)
Тип задания: задание открытого типа с развернутым ответом						
Инструкция: прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ						
1	Экономическая теория – это.... Какие разделы включает в себя экономическая теория	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
2	Издержки – это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
3	Потребности – это....	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
4	Облигация-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
5	Прогнозирование-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
6	Планирование-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1-ПК3.5 ПК 4.1-	31-312 У1-У3	3-5 мин.

				ПК-4.4 ОК 01-09		
7	Прибыль-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
8	Коммуникация- это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
9	Стратегия маркетинга-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.
10	Вирусный маркетинг-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 мин.

**7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации. Комбинированные задания.
7 семестр**

№ п/ п	Текст задания	Варианты ответов	Ответ	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов обучения по дисциплине	Вре мя вып олне ния (ми н.)
Тип задания: задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора						
Инструкция: прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа						

1.	Экономическая теория изучает:	<p>а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал;</p> <p>б) Производство и обмен товарами;</p> <p>в) Цены, занятость, доходы.</p> <p>г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов;</p> <p>д) Материальные и духовные потребности.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
----	-------------------------------	--	--	--	-----------------	-------------

2	Управление - это	<p>а). Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей.</p> <p>б). Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу.</p> <p>в). Эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя</p> <p>г) все ответы верны</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
3	Планирование –	<p>а) управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;</p> <p>б) перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;</p> <p>в) обеспечение целенаправленно по развития организации в целом и всех её подразделений ; власть, основанная на вознаграждении; экспертная власть;</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

4	Анализ-	<p>а) это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков;</p> <p>б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;</p> <p>в) это управленческая деятельность, посредством</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
---	---------	---	--	--	-----------------	-----------------

5	Стратегия маркетинга – это:	<p>а) Долгосрочный план сбыта товаров</p> <p>б) Определение целесообразности и выпуска того или иного товара в долгосрочной перспективе</p> <p>в) Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией;</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
6	Качество товара в маркетинге - это:	<p>а) Определенные функциональные характеристики и товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным</p> <p>б) Способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей;</p> <p>в) Соответствие товара регламентам и техническим условиям.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

7	Экономический подъем характеризуется:	<p>а) полным использованием производственных мощностей;</p> <p>б) снижением уровня прибыли и ставок заработной платы;</p> <p>в) слабой инвестиционной деятельностью предприятий.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
8	Человек получает статус безработного, когда он:	<p>а) уволен с работы;</p> <p>б) зарегистрирован в государственной службе занятости;</p> <p>в) обеспечен частичной занятостью.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 ми н.

9	Способность валюты обмениваться на другие валюты называют:	а) конвертируемостью; б) котировкой; в) золотым стандартом.		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
10	Конкуренция – это:	а) Основной источник инноваций б) Механизм регулирования цен в) Движущая сила рынка		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.

Тип задания: задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора

Инструкция: прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

11	Укажите страны с переходной экономикой:	1. Венгрия, Польша, Словения, Чехия, Болгария 2. Румыния, Латвия, Литва, Эстония 3. Китай, Индия, Пакистан, Тайланд, Филлипины Гонконг, Сингапур, Тайвань, Южная Корея 4. Бразилия, Мексика, Турция		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	---	--	--	---	-----------------	-----------------

12	Экономический интерес - это:	<p>1. Стремление людей к удовлетворению своих потребностей.</p> <p>2. Стремление работать на благо общества.</p> <p>3. Стремление произвести продукт для других.</p> <p>4. Мотив экономической деятельности, направляющий её на удовлетворение потребностей и получение благ.</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	------------------------------	---	--	--	-----------------	-----------------

13	Что является источником власти и управления?	1. знания 2. техника 3. собственность 4. вознаграждение		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	--	--	--	---	-----------------	-----------------

14	Реклама выступает как:	<p>1. средство живого общения с покупателем</p> <p>2. способ диалога с аудиторией</p> <p>3. средство увещания</p> <p>4. средство установления тесных контактов с потребителем</p> <p>5. информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге</p>		<p>ПК 1.1 - ПК 1.6</p> <p>ПК 2.1-ПК 2.3</p> <p>ПК 3.1- ПК3.5</p> <p>ПК 4.1- ПК-4.4</p> <p>ОК 01-09</p>	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	---------------------------	--	--	--	-----------------	-----------------

15	Атрибутом позиционирования является:	<ol style="list-style-type: none"> 1. количество сотрудников на предприятия 2. цена 3. мощность предприятия 4. широта ассортимента выпускаемой продукции 		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
16	К стимулированию сбыта можно отнести:	<ol style="list-style-type: none"> 1. конкурсы с подарками 2. беспроигрышные лотереи 3. зачетные купоны, скидки 4. программы лояльности 		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.

17	Истинная ориентация на рынок начинается с...	1.достоинств товара 2.стратегии продажи 3.запросов покупателей 4.структуры маркетинга 5. участников рынка		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	--	--	--	---	-----------------	-----------------

18	Что является главным в определении маркетинг:	1. сбыт товара 2. снижение издержек производства 3. удовлетворение потребностей потребителей 4. налаживание коммуникации		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
----	---	---	--	---	-----------------	-----------------

19	Источником доходов студентов являются:	1) оказание услуг 2) предпринимательская деятельность 3) руководящая деятельность 4) стипендия		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.
20	Доходом семьи не является:	1) зарплата 2) плата за квартиру 3) стипендия 4) налоги		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1-ПК 2.3 ПК 3.1- ПК3.5 ПК 4.1- ПК-4.4 ОК 01-09	31-312 У1-У3	3-5 ми н.

8. Иные оценочные материалы (практикоориентированные задачи и другое)

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Руководитель говорит опоздавшему сотруднику: «А вы знаете, который уже час?» Сотрудник виновато отвечает: «Извините, пожалуйста, за опоздание, это больше не повторится». Руководитель (угрожающе): «Вы уже третий раз за эту неделю опаздываете на работу. Я не буду больше с этим мириться». Не зная, как реагировать, подчиненный молчит.

2. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчиненного.

Руководитель говорит опоздавшему сотруднику: «А вы знаете, который уже час?» Сотрудник виновато отвечает: «Извините, пожалуйста, за опоздание, это больше не повторится». Руководитель (угрожающе): «Вы уже третий раз за эту неделю опаздываете на работу. Я не буду больше с этим мириться». Не зная, как реагировать, подчиненный молчит.

3. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ответственный за сбыт А и ответственный за рекламу Б не могут прийти к единому мнению по вопросу, требующему совместных усилий. В возбужденном состоянии они приходят к общему руководителю и описывают ему ситуацию, чтобы он сам решил проблему. Начинается длинная дискуссия с убедительными аргументами с обеих сторон. Скоро участники беседы или один руководитель понимают, что конечной ее целью является не выработка оптимального решения, а отстаивание собственной точки зрения. К дискуссии часто подключаются сотрудники соперничающих отделов, которым отводится роль присяжных в суде. В итоге появляется проигравший, который склонен мстить за проигрыш. Так программируется еще одна подобная игра или более разрушительный конфликт.

4. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчиненного.

Ответственный за сбыт А и ответственный за рекламу Б не могут прийти к единому мнению по вопросу, требующему совместных усилий. В возбужденном состоянии они приходят к общему руководителю и описывают ему ситуацию, чтобы он сам решил проблему. Начинается длинная дискуссия с убедительными аргументами с обеих сторон. Скоро участники беседы или один руководитель понимают, что конечной ее целью является не выработка оптимального решения, а отстаивание собственной точки зрения. К дискуссии часто подключаются сотрудники соперничающих отделов, которым отводится роль присяжных в суде. В итоге появляется проигравший, который склонен мстить за проигрыш. Так программируется еще одна подобная игра или более разрушительный конфликт.

5. Прочитайте ситуацию и ответьте на вопросы: Бригада слесарей-литейщиков (6 человек) всегда держалась очень сплоченно. Члены бригады, несмотря на существенную разницу в возрасте, часто вместе проводили время. Старшие к младшим относились покровительственно, младшие к старшим – с уважением. Когда один из членов бригады, ушел на пенсию, был принят молодой слесарь Акимов, года два или три назад окончивший ПТУ. Вначале к нему относились настороженно. Но через месяц-два между ним и бригадой сложились вполне дружеские отношения, он был принят в коллектив, стал своим.

Еще месяца через два положение изменилось. Акимову, как молодому работнику поручили изготовление крупной серии стандартных лекал. Используя традиционную технологию, он имел бы заработок на среднем для бригады уровне. Однако Акимов быстро догадался, как можно рационализировать работу. Он брал десяток заготовок и приваривал их друг к другу. Получался пакет. Затем он вырезал нужную форму сразу же на всем пакете, шлифовал торцы, разъединял пакет и обрабатывал поверхность каждого лекала.

Вскоре Акимов перекрыл нормы выработки в три-пять раз, заработок его стал быстро расти и в полтора раза превысил заработок бригадира. На Акимова в бригаде начали коситься и замечать в его поведении массу изъянов: то отлучился неизвестно куда, то навязался непрошеным советом, то, наоборот, молчал, когда все старались подать полезные советы товарищу. Наконец, наступил полный разрыв отношений. Акимов попросил начальника цеха перевести его в другую бригаду. Но оказалось, что и другие бригады слесарей не хотят его принимать к себе. Через месяц Акимов уволился с завода.

Вопросы к ситуации: О каком конфликте – конструктивном или деструктивном – идет речь? Был ли разрешен данный конфликт? Предложите разрешение конфликта.