

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Мусьял Александр Вячеславович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 07.07.2025 21:24:41  
Уникальный программный ключ:  
297fef716e5ece559822a236feffc4d8a43d0cf1

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**  
**для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по**  
**дисциплине**

Основы экономики предприятия, менеджмента и маркетинга

(наименование дисциплины)

21.02.19 Землеустройство

(шифр и наименование ОПОП СПО)

**1. Перечень компетенций, индикаторов компетенций и дескрипторов:**

Код	Наименование результата обучения
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 1.1.	Выполнять полевые геодезические работы на производственном участке.
ПК 1.2.	Выполнять топографические съемки различных масштабов.
ПК 1.3.	Выполнять графические работы по составлению картографических материалов.
ПК 1.4.	Выполнять кадастровые съемки и кадастровые работы по формированию земельных участков.
ПК 1.5.	Выполнять дешифрирование аэро- и космических снимков для получения информации об объектах недвижимости.
ПК 1.6.	Применять аппаратно-программные средства для расчетов и составления топографических, межевых планов.
ПК 2.1.	Проводить техническую инвентаризацию объектов недвижимости.
ПК 2.2.	Выполнять градостроительную оценку территории поселения.
ПК 2.3.	Составлять технический план объектов капитального строительства с применением аппаратно-программных средств.
ПК 2.4.	Вносить данные в реестры информационных систем различного назначения.
ПК 3.1.	Консультировать по вопросам регистрации прав на объекты недвижимости и предоставления сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости (далее - ЕГРН).
ПК 3.2.	Осуществлять документационное сопровождение в сфере кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав на объекты недвижимости.
ПК 3.3.	Использовать информационную систему, предназначенную для ведения ЕГРН;
ПК 3.4.	Осуществлять сбор, систематизацию и накопление информации, необходимой для определения кадастровой стоимости объектов недвижимости.
ПК 4.1.	Проводить проверки и обследования для обеспечения соблюдения требований законодательства Российской Федерации.

ПК 4.2.	Проводить количественный и качественный учет земель, принимать участие в их инвентаризации и мониторинге.
ПК 4.3.	Осуществлять контроль использования и охраны земельных ресурсов.
ПК 4.4.	Разрабатывать природоохранные мероприятия

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

- 31- основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- 32-особенности и перспективы развития отрасли;
- 33- отраслевой рынок труда; рыночный механизм и особенности рыночных отношений в сфере землеустройства и кадастра
- 34-пути повышения экономической эффективности производства
- 35-организационные и производственные структуры организаций, их маркетинговую деятельность организации;
- 36-основные оборотные средства, трудовые ресурсы, нормирование и оплата труда;
- 37-сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- 38-особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- 39-функции менеджмента в рыночной экономике;
- 310-процесс принятия и реализации управленческих решений;
- 311-стили управления, коммуникации, деловое общение;
- 312-конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
- 313-внешнюю и внутреннюю среду организации;
- 314-цикл менеджмента;
- 315-систему методов управления;
- 316-сущность и функции маркетинга;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- У1- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- У2-выполнять анализ хозяйственной деятельности организации;
- У3-назначать мероприятия и предложения по повышению экономической эффективности производства;
- У4-принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- У5-анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- У6-определять стратегию и тактику относительно ценообразования;
- У7-применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- У8-разрабатывать мотивационную политику организации;
- У9-планировать и организовывать работу подразделения;
- У10-формировать организационные структуры управления;

## **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 ответа)
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	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом;

соответствия	установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	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	1. Внимательно прочитать текст задания. 2. Внимательно прочитать список предполагаемых ответов. 3. Записать ответ.
Задание закрытого типа на	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

установление соответствия	<p>ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4)</p>
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности без пробелов и знаков препинания (например, БАА или 135)</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один ответ, наиболее верный.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются несколько из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько вариантов ответа, наиболее верных.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранных вариантов ответов.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие ваш выбор.</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ.</p>

**5. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации закрытого типа.  
8 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.)
<b>Тип задания: задание закрытого типа с выбором правильного ответа</b>						
<b>Инструкция: прочитайте текст и выберите правильный ответ</b>						
1.	Впервые введенный 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
2.	Желание потребителя купить конкретный	а) потребность б) спрос в) нужда		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
5	SWOD-анализ помогает получить информацию	а) о внутренней среде организации б) о внешней среде организации в) оценить возможности и угрозы для предприятия г) проанализировать сильные и слабые стороны д) все ответы верны		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
6	Экономическая теория изучает:	а) деньги, банковскую систему, финансовый капитал; б) производство и обмен товарами; в) цены, занятость, доходы. г) как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов; д) материальные и духовные потребности		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
7	Кривая производственны	а) лучшую из возможных		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4	31-316 У1-У10	1-3 мин.

	х возможностей показывает:	комбинаций двух товаров; б) полное использование ресурсов для производства двух товаров; в) альтернативные издержки на производство товаров; г) точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить; д) альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном использовании данного количества		ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09		
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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
10	Управление - это	а) процесс		ПК 1.1 - ПК 1.6	31-316	1-3 мин.

		<p>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 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	У1-У10	
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 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4</p>	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	1-3 мин.
<b>Тип задания: задание закрытого типа на установление последовательности</b>						
<b>Инструкция: прочитайте текст и установите последовательность</b>						
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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.

		целей исследования. г) Представление полученных результатов исследования. д) Систематизация и анализ собранной информации				
32.	Определите последовательно расположение 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
33	Установите правильную последовательность фаз экономического цикла	а) депрессия; б) пик цикла; в) подъем; г) спад (кризис).		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
34	Укажите правильную последовательность 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
35	Укажите правильную последовательность 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
36	Определите правильную последовательность формирования себестоимости продукции	а) полная себестоимость б) цеховая себестоимость в) технологическая себестоимость г) производственная себестоимость		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
37	Установите правильную последовательность расчета заработной платы при повременно-премиальной системе 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.
38	Установите последовательность выполняемых функций в	а) организация; б) контроль; в) планирование г) мотивация		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.4</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 2.4</p> <p>ПК 3.1 - ПК 3.4</p> <p>ПК 4.1 - ПК 4.4</p> <p>ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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 3.1 - ПК 4.1 - ПК ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-316</p> <p>У1-У10</p>	5-10 мин.
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 2.1 - ПК 2.4</p> <p>ПК 4.1 - ПК ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-316</p> <p>У1-У10</p>	5-10 мин.
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 3.1 - ПК 4.1 - ПК ОК 01 - ОК 09</p>	<p>31-316</p> <p>У1-У10</p>	5-10 мин.

		<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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	5-10 мин.

		<p>респондента в) дорогой способ, необходимо специально оборудованное помещение, нужен специалист-модератор г) непродолжительность, 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 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
2	Издержки – это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
3	Потребности – это....	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
4	Облигация-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
5	Прогнозирование-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
6	Планирование-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.

7	Прибыль-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
8	Коммуникация-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
9	Стратегия маркетинга-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
10	Вирусный маркетинг-это...	-		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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	Время выполнения (мин.)
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 2.4  ПК 4.1 - ПК 4.4  ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1- У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1- У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1- У10	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 2.4  ПК 4.1 - ПК 4.4  ОК 01 - ОК 09</p>	31-316 У1-У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.
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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 мин.

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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31- 316 У1- У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31- 316 У1- У10	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>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 ми н.
----	---------------------------	--	--	--	------------------	-----------------

15	Атрибутом позиционирования является:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. количество сотрудников на предприятия</li> <li>2. цена</li> <li>3. мощность предприятия</li> <li>4. широта ассортимента выпускаемой продукции</li> </ol>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	3-5 ми н.
16	К стимулированию сбыта можно отнести:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. конкурсы с подарками</li> <li>2. беспроигрышные лотереи</li> <li>3. зачетные купоны, скидки</li> <li>4. программы лояльности</li> </ol>		ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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			31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 2.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	31-316 У1-У10	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 подчинённого.

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 подчинённого.

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 держались 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 непрошенным 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.