

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мусьял Александр Вячеславович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.07.2025 11:49:01
Уникальный программный ключ:
297fef716e5ece559822a236feffc4d8a43d0cf1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по
дисциплине

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

(наименование дисциплины)

35.02.08 Электрификация и автоматизация сельского хозяйства

(шифр и наименование ОПОП СПО)

1. Перечень компетенций, индикаторов компетенций и дескрипторов:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПК 1.1.	Выполнять монтаж электрооборудования и автоматических систем управления
ПК 1.2.	Выполнять монтаж и эксплуатацию осветительных и электронагревательных установок
ПК 1.3.	Поддерживать режимы работы и заданные параметры электрифицированных и автоматических систем управления технологическими процессами
ПК 2.1.	Выполнять мероприятия по бесперебойному электроснабжению сельскохозяйственных предприятий
ПК 2.2.	Выполнять монтаж воздушных линий электропередач и трансформаторных подстанций
ПК 2.3.	Обеспечивать электробезопасность
ПК 3.1.	Осуществлять техническое обслуживание электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники
ПК 3.2.	Диагностировать неисправности и осуществлять текущий и капитальный ремонт электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники
ПК 3.3.	Осуществлять надзор и контроль за состоянием и эксплуатацией электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники
ПК 3.4.	Участвовать в проведении испытаний электрооборудования сельхозпроизводства
ПК 4.1.	Участвовать в планировании основных показателей в области обеспечения работоспособности электрического хозяйства сельскохозяйственных потребителей и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники
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

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

- 31- основные положения экономической теории;
- 32-принципы рыночной экономики;
- 33-современное состояние и перспективы развития отрасли;
- 34-роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- 35-механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- 36-формы оплаты труда;
- 37-стили управления, виды коммуникации;
- 38-принципы делового общения в коллективе;
- 39-управленческий цикл;
- 310-особенности менеджмента в области электрификации и автоматизации сельского хозяйства;
- 311-сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- 312-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 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 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, БАА 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 (индикатор а)	Код планируемых результатов обучения 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	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
2.	Желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку	а) потребность б) спрос в) нужда	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
3	Какие разделы включает экономическая теория	а) экономика потребления и производства б) внешнеэкономическая и национальная экономическо-политическая теория в) микро- и макро-экономика	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
4	Макроэкономика изучает	а) функционирование экономики в целом б) внешнюю среду организации в) наиболее результативные показатели деятельности	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.

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	д	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
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	г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
7	Кривая производственных возможностей показывает:	а) лучшую из возможных 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	д	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
8	Рынок как экономическая система представляет:	а) систему хаоса, анархии и неопределенности; б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен,	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.-	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		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 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
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	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
10	Управление - это	а) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей. б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу. в) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя г) все ответы верны	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
11				ОК 01.- ОК 09,	31-312 У1-У3	1-3 мин.

	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов с\х назначения к площади с\х угодий –это:	а) фондоотдача б) фондоемкость в) фондообеспеченность г) фондовооруженность	в	ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1.- ПК 4.4.		
12	В сельском хозяйстве специфическим и средствами производства выступают растения и	а) люди б) животные в) климат г) сельскохозяйственная техника	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
13	По форме планирование бывает	а) долгосрочное; б) властное; в) экспертное; г) эталонное.	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
14	Что не относится к функции менеджмента	а) законность; б) добросовестность; в) мотивация; г) временность; д) все ответы верны	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
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	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
16	Анализ – это	а) это управленческая деятельность,	а	ОК 01.- ОК 09,	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		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 приспособливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования		ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
17	Кто является продолжателем теоретической работы Тейлора о менеджменте:	а) А. Файолль; б) Ч. Бебидж ; в) М. Вебер	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
18	Какие приемы не используются при психологических методах управления?	а) интервью; б) беседы; в) тесты. г) расчеты; д) наблюдения	д	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
19	Управление – это	а) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя. б) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.

		сформулировать и достичь целей; в) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;				
20	Конечной целью маркетинга является:	а) Сбыт продукции по наиболее выгодным ценам б) Полное удовлетворение потребностей людей в) Обеспечение прибыли предприятию при наиболее полном удовлетворении потребностей людей;	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
21	Какие потребности в теории А. Маслоу являются базовыми (находящиеся на нижнем уровне иерархии потребностей)?	а) физиологические; б) защищенности и безопасности; в) принадлежности и причастности; г) признание и уважение; д) самовыражение.	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
22	Товар в маркетинге – это:	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	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
23	Стратегия маркетинга – это:	а) долгосрочный план сбыта товаров б) определение целесообразности выпуска того или иного товара в долгосрочной перспективе в) приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией;	в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
24	Макросреда маркетинга обусловлена:	а) мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.-	31-312 У1-У3	1-3 мин.

		б) экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники; в) предпочтениями потребителей в конкретный период времени;		ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
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	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
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	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
27	Маркетинг начинается с	а) выяснения потребностей людей б) определения объемов производства в) планирования стратегии сбыта товаров; г) установление цен на товары и услуги.	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
28	Что относится к элементам микросреды маркетинга?	а) взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, а также конкурентами б) взаимоотношения предприятия с налоговыми органами; в) взаимоотношения предприятия с государством. д) кадры фирмы, финансы, производство и организация	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.

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	б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
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;	а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, 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.
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 целей исследования. г) Представление полученных результатов исследования. д) Систематизация и анализ собранной информации	в-а-б-д-г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.
32.	Определите последовательность	а) потребность в самовыражении; б) социальные	в-г-б-а.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.-	31-312 У1-У3	5-10 мин.

	расположения потребностей в пирамиде Маслоу, начиная с низших:	потребности; в) физиологические; г) потребность в безопасности и стабильности.		ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
33	Установите правильную последовательность фаз экономического цикла	а) депрессия; б) пик цикла; в) подъем; г) спад (кризис).	б-г-а-в	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	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	в-д-б-г-а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	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.	а- б- в-г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.
36	Определите правильную последовательность формирования себестоимости продукции	а) полная себестоимость б) цеховая себестоимость в) технологическая себестоимость в) производственная себестоимость	в-б-г-а	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	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	б-а-в-г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.
38	Установите последовательность выполняемых функций в	а) организация; б) контроль; в) планирование г) мотивация	в-а-г-б	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.-	31-312 У1-У3	5-10 мин.

	менеджменте:			ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
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	а-б-в-г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	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	а-б-в-г-д	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	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	1-б,2-г;3-а;4-в.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	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	1-в; 2-а; 3-г; 4-б.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4,	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		<p>реакцией, его поступки обдуманны, 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>		<p>ПК 4.1- ПК 4.4.</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>1-в; 2-г; 3-б; 4-а.</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	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</p>	<p>1-в; 2-г; 3-б; 4-а.</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		в принятии решений в) пища, вода, жилье, отдых, одежда г) хорошие человеческие отношения, принадлежность к какой-либо социальной группе				
45	Установите соответствие между понятиями	1.материальная мотивация 2.моральная мотивация 3.социальная мотивация 4. материальная неденежная мотивация а) фото на доске почета, грамота б) льготы и услуги предприятия для сотрудников в) выплата сотрудникам зарботной платы, премий г) создание условий для творческой работы в дружном коллективе	1-в; 2-а; 3-г; 4-б.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.
46	Установите соответствие между понятиями	1.Финансовая и кредитная политика государства 2. Способности руководителя 3. Конкуренция 4. Ресурсы (финансы, время, оборудование и др.) а) Факторы косвенного воздействия внешней среды б) Факторы прямого воздействия внешней среды в) Факторы внутренней среды г) Психологические факторы	1-а; 2-г; 3-б; 4-в.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.
47	Установите соответствие между понятиями	1.Монополистическ ая конкуренция, или конкурентный рынок 2.Олигополия 3.Дуополия 4.Олигопсония 5.Монополия	1-в; 2-г; 3-б; 4-д; 5-а.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4,	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		<p>а) рынок, на 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>		<p>ПК 4.1- ПК 4.4.</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 здоровья или</p>	<p>1- в, 2-г, 3-б, 4-д, 5 -а</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.</p>	<p>31-312 У1-У3</p>	<p>5-10 мин.</p>

		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	1-а; 2-б; 3-в; 4-г.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	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 респондента	1-а 2-б 3-в 4-г	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	5-10 мин.

		в) дорогой способ, необходимо специально оборудованное помещение, нужен специалист-модератор г) непродолжительность, регистрация ответов со слов респондентов				
--	--	--	--	--	--	--

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	-	общественная наука, которая изучает экономические отношения и законы в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ и услуг, хозяйственную деятельность людей в целях всё более полного удовлетворения их потребностей при ограниченных ресурсах. Экономическая теория включает в себя следующие разделы: микроэкономика, мезаэкономика, макроэкономика и мегаэкономика.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
2.	Издержки	-	затраты организации, включая негативные последствия, стоимостная оценка которых затруднена	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
3	Потребности	-	психологический или физиологический дефицит чеголибо, отраженный в восприятии человека.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

4	Облигация	-	ценная бумага на предъявителя, дающая право на получение годового дохода в виде фиксированного процента, а в случае продажи - получение денежной компенсации.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
5	Прогнозирование	-	метод планирования, в котором предсказание будущего опирается на накопленный опыт и текущие предположения относительно будущего.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
6	Планирование	-	процесс выбора целей и решений, необходимых для их достижения.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
7	Прибыль	-	финансовый результат деятельности организации, определяемый как разность между денежными поступлениями и денежными выплатами	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
8	Коммуникация	-	процесс, связанный с межличностным и организационным общением при передаче информации как внутри компании, так и за её пределы	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
9	Стратегия маркетинга	-	разработанное на основании	ОК 01.- ОК 09,	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			изучения потребительского спроса, конъюнктуры, действий конкурентов общее направление деятельности компании на определенный период, позволяющее решать основные задачи компании с учетом имеющихся у нее ресурсов в условиях меняющейся рыночной ситуации	ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.		
10	Вирусный маркетинг	-	способ продвижения бренда в интернете, который заключается в том, что информацию о компании распространяют сами потребители путем личных рекомендаций	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	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	ет	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:	а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал; б) Производство и обмен товарами; в) Цены,	г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4,	31-312 У1-У3	3-5 мин.

		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.	в целях удовлетворения потребностей его членов; Обоснование: Экономическая теория как общественная наука исследует поведение людей в процессе выбора эффективных экономических решений для обеспечения роста национального продукта и уровня доходов на душу населения.	ПК 4.1- ПК 4.4.		
2.	Управление - это	а). Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей. б). Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу. в). Эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя г) все ответы верны	а). Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей. Обоснование: Деятельность любой организации требует управления, без этой деятельности невозможно не только эффективное функционирование, но даже существование организации. Под управлением понимается целенаправленное воздействие субъекта управления на объект для	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			согласования деятельности и достижения конечного результата.			
3	Планирование – это:	<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 целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.; власть, основанная на вознаграждении; экспертная власть;</p>	<p>а) управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;</p> <p>Обоснование: Планирование-вид управленческой деятельности по определению будущего системы, связанный с постановкой целей, выбором путей и способов их достижения, разработкой на этой основе планов (плановых заданий), распределение необходимых ресурсов.</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1.- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
4	Анализ – это	<p>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</p>	<p>а) это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков;</p> <p>Обоснование: Анализ вид деятельности</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1.- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

		заданного режима управления; в) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования	внутренних ресурсов и внешних возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем.			
5	Стратегия маркетинга – это:	а) Долгосрочный план сбыта товаров б) Определение целесообразности и выпуска того или иного товара в долгосрочной перспективе в) Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией;	в) Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией; Обоснование: общий план развития бизнеса, который включает в себя привлечение клиентов, повышение продаж и рост прибыли. Как правило, маркетинговую стратегию разрабатывают на срок от 3 до 5 лет. Для малого и среднего бизнеса лучше составить план действий на срок до одного года.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
6	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	а) Определенные функциональные характеристики и товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным Обоснование:	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

		потребителей; в) Соответствие товара регламентам и техническим условиям;;	Качество совокупность свойств товара, определяющих его способность удовлетворять конкретные потребности потребителей, соответствовать предъявляемым требованиям. Качество в маркетинге выступает как главный фактор конкурентоспособности товара.			
7	Экономический подъем характеризуется:	а) полным использованием производственных мощностей; б) снижением уровня прибыли и ставок заработной платы; в) слабой инвестиционной деятельностью предприятий.	а) полным использованием производственных мощностей; Обоснование: Подъем — период роста экономической активности от низшей (дно) до высшей (пик) точки цикла. Характеризуется увеличением инвестиций, выпуска и занятости. Подъем может сопровождаться ускорением инфляции.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
8	Человек получает статус безработного, когда он:	а) уволен с работы; б) зарегистрирован в государственной службе занятости; в) обеспечен частичной занятостью.	б) зарегистрирован в государственной службе занятости; Обоснование: Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней.			
9	Способность валюты обмениваться на другие валюты называют:	а) конвертируемость; б) котировкой; в) золотым стандартом.	а) конвертируемость; Обоснование: Конвертируемая валюта - валюта, свободно обмениваемая на валюты других стран, страна-эмитент не устанавливает каких-либо ограничений по использованию наличных платежных средств в ее валюте, а обменный курс определяется условиям спроса и предложения валют. К.В. широко используется для международных расчетов.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
10	Конкуренция – это:	а) Основной источник инноваций б) Механизм регулирования цен в) Движущая сила рынка	в) Движущая сила рынка Обоснование: Конкуренция является его основным механизмом и ведет к рациональному использованию способностей и знаний. Большинство человеческих благ	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			<p>достигнута именно путем состязания, путем конкуренции. Конкуренция требует определенного поведения для пребывания на рынке. Конкуренция увеличивает эффективность, призывает к большей внимательности, что совершенно бесполезно в бесконкурентных условиях.</p>			
<p>Тип задания: задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора</p>						
<p>Инструкция: прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов</p>						
11	Укажите страны с переходной экономикой:	<p>1. Венгрия, Польша, Словения, Чехия, Болгария 2. Румыния, Латвия, Литва, Эстония 3. Китай, Индия, Пакистан, Тайланд, Филиппины Гонконг, Сингапур, Тайвань, Южная Корея 4. Бразилия, Мексика, Турция</p>	<p>Ответ: 1. Венгрия, Польша, Словения, Чехия, Болгария 2. Румыния, Латвия, Литва, Эстония</p> <p>Обоснование: Переходная экономика - это экономика, которая переходит от централизованно планируемой экономики к рыночной. Страны с переходной экономикой претерпевают ряд структурных преобразований, направленных на развитие рыночных институтов. К ним относится экономическая либерализация, при которой цены устанавливаются рыночными силами, а не централизованной</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	5-10 мин.

			планирующей организацией.			
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>Ответ:</p> <p>1. Стремление людей к удовлетворению своих потребностей.</p> <p>4. Мотив экономической деятельности, направляющий её на удовлетворение потребностей и получение благ.</p> <p>Обоснование: Объективная экономическая категория, выражающая необходимость удовлетворения сложившейся в обществе системы потребностей, включающей потребности общества, государства, социальных слоёв и групп, отдельных членов общества.</p>	<p>ОК 01.-</p> <p>ОК 09,</p> <p>ПК 1.1.-</p> <p>ПК 1.3,</p> <p>ПК 2.1.-</p> <p>ПК 2.3,</p> <p>ПК 3.1.-</p> <p>ПК 3.4,</p> <p>ПК 4.1-</p> <p>ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
13	Что является источником власти и управления?	<p>1. знания</p> <p>2. техника</p> <p>3. собственность</p> <p>4. вознаграждение</p>	<p>Ответ:</p> <p>3) собственность</p> <p>4) вознаграждение</p> <p>Обоснование: Власть имеет тесную связь с возможностью оказывать влияние на людей, распоряжаться ими, подчинять их своей воле. Это потенциальная возможность оказать влияние на поведенческие паттерны других людей.</p> <p>Если рассматривать власть в контексте менеджмента, то власть менеджера объясняется должностным положением, которое ему</p>	<p>ОК 01.-</p> <p>ОК 09,</p> <p>ПК 1.1.-</p> <p>ПК 1.3,</p> <p>ПК 2.1.-</p> <p>ПК 2.3,</p> <p>ПК 3.1.-</p> <p>ПК 3.4,</p> <p>ПК 4.1-</p> <p>ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			отведено в иерархии организации/предприятия.			
14	Реклама выступает как:	<p>1. средство живого общения с покупателем</p> <p>2. способ диалога с аудиторией</p> <p>3. средство увещевания</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>Ответ:</p> <p>2. способ диалога с аудиторией</p> <p>5. информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге</p> <p>Обоснование:</p> <p>Реклама — это коммуникация для привлечения внимания целевой аудитории к объекту продвижения.</p> <p>Простыми словами, это любая информация, которая должна убедить потребителей сделать что-то, что нужно компании: купить продукт, зарегистрироваться на вебинар, подписаться на рассылку или запомнить бренд.</p>	<p>ОК 01.-</p> <p>ОК 09,</p> <p>ПК 1.1.-</p> <p>ПК 1.3,</p> <p>ПК 2.1.-</p> <p>ПК 2.3,</p> <p>ПК 3.1.-</p> <p>ПК 3.4,</p> <p>ПК 4.1-</p> <p>ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.
15	Атрибутом позиционирования является:	<p>1. количество сотрудников в на предприятии</p> <p>2. цена</p> <p>3. мощность предприятия</p> <p>4. широта ассортимента выпускаемой продукции</p>	<p>Ответ:</p> <p>1. количество сотрудников на предприятия</p> <p>2. цена</p> <p>Обоснование:</p> <p>Атрибутом позиционирования - это то ключевое преимущество товара, которое позволяет потребителю удовлетворять свои потребности наилучшим образом, отличает данный продукт от товаров конкурентов и является</p>	<p>ОК 01.-</p> <p>ОК 09,</p> <p>ПК 1.1.-</p> <p>ПК 1.3,</p> <p>ПК 2.1.-</p> <p>ПК 2.3,</p> <p>ПК 3.1.-</p> <p>ПК 3.4,</p> <p>ПК 4.1-</p> <p>ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			источником мотивации его покупок.			
16	К стимулированию сбыта можно отнести:	1. конкурсы с подарками 2. беспроигрышные лотереи 3. зачетные купоны, скидки 4. программы лояльности	Ответ: 2. беспроигрышные лотереи 4. программы лояльности Обоснование: Стимулировать сбыт — значит использовать различные методы, которые повышают продажи в определенный промежуток времени и помогают товару от конкретного производителя быстрее попасть к потребителю.	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
17	Истинная ориентация на рынок начинается с	1. достоинств товара 2. стратегии продажи 3. запросов покупателей 4. структуры маркетинга 5. участников рынка	Ответ: 1. достоинств товара 3. запросов покупателей Обоснование: Ориентация на рынок начинается с самого пристального внимания к покупательским запросам, на основе выявления которых происходит понимание того, какие инновации в продукции позволят не только не отставать от конкурентов, но и опередить их. У компании нет необходимости устанавливать партнерские взаимоотношения со всеми своими покупателями, достаточно удерживать основных, наиболее прибыльных и перспективных	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			покупателей.			
18	Что является главным в определении маркетинг:	1. сбыт товара 2. снижение издержек производства 3. удовлетворение потребности потребителя 4. налаживание коммуникации	<p>Ответ: 3. удовлетворение потребностей потребителей 4. налаживание коммуникации</p> <p>Обоснование: Основу маркетинговой деятельности составляют исследование и разработка товара, налаживание коммуникации, организация распределения, установление цен, развертывание службы сервиса. Маркетологи выделяют два вида рынков: рынок продавца и рынок покупателя. Рынок продавца – это такой рынок, на котором продавцы имеют больше власти и где наиболее активными «деятелями рынка» приходится быть покупателям.</p>	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.
19	Источником доходов студентов являются:	1) оказание услуг 2) предпринимательская деятельность 3) руководящая деятельность 4) стипендия	<p>Ответ: 1) оказание услуг 4) стипендия</p> <p>Обоснование: Основными источниками доходов студентов являются: дополнительный заработок, родительская помощь, социальные выплаты и студенческие стипендии. На формирование дохода влияют такие факторы как пол, возраст,</p>	ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.	31-312 У1-У3	3-5 мин.

			место проживания.			
20	Доходом семьи не является:	1) зарплата 2) плата за квартиру 3) стипендия 4) налоги	<p>Ответ: 1) плата за квартиру 4) налоги</p> <p>Обоснование: Доходы семьи – это денежные средства (или материальные ценности), которые семья получает от других лиц или организаций, то есть источников дохода а. Такие денежные средства могут иметь форму заработной платы, стипендии, пенсии, социальных выплат, процентов по вкладам в банке, призов, выигрышей.</p>	<p>ОК 01.- ОК 09, ПК 1.1.- ПК 1.3, ПК 2.1.- ПК 2.3, ПК 3.1.- ПК 3.4, ПК 4.1- ПК 4.4.</p>	31-312 У1-У3	3-5 мин.

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 длиннейшая 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 длиннейшая 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 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.