



**Министерство образования, науки и молодежи
Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Республики Крым
«Романовский колледж индустрии гостеприимства»**



УТВЕРЖДЕНО
Заместитель директора по УПР
ГБПОУ РК «РКИГ»
_____ Е.Ш. Булаш
Приказ № __ от _____ 2024 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

По реализации программы подготовки квалификационных рабочих, служащих
по профессии СПО
46.01.03 Делопроизводитель

г. Симферополь, 2024

Фонд оценочных средств разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 46.01.03 Делопроизводитель и рабочей программы учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента

Разработчик: _____, преподаватель ГБПОУ РК «РКИГ».

РАССМОТРЕНО на заседании ЦМК общепрофессиональных дисциплин

Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Председатель ОП _____ В.Н.Елина

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УПР

_____ Е.Ш. Булаш

«__» _____ 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ**
 - 2.1. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**
- 3. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
 - 3.1. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**
- 4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Результатом освоения учебной дисциплины является готовность обучающегося к овладению знаний и умений, обусловленных общими и профессиональными компетенциями, формирующиеся в процессе освоения ППКРС в целом.

1.2. Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.04 Основы менеджмента и подтверждение соответствия по профессии 46.01.03 Делопроизводитель является дифференцированный зачет.

1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть общими и профессиональными компетенциями, знать и уметь:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать ситуацию и принимать эффективные решения, используя систему методов управления; - использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения и личного трудового процесса; - учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; - проводить работу по мотивации трудовой деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты современного менеджмента; - принципы построения организационной структуры управления; - система методов управления; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - основы формирования мотивационной политики организации; - методы планирования и организации работы подразделения по профессии.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются Личностные результаты воспитания:

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе и современном мировом сообществе. Сознательное единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и	ЛР 2

др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками	
Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права	ЛР 5
Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации	ЛР 6
Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно	ЛР 8

<p>выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение</p>	
<p>Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p>	ЛР 9
<p>Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них</p>	ЛР 10
<p>Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике</p>	ЛР 11
<p>Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания</p>	ЛР 12

2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ

Основной целью оценки теоретического курса учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и подтверждение соответствия по профессии 46.01.03 Делопроизводитель) является оценка умений и знаний.

Оценка освоения умений и знаний учебной дисциплины осуществляется на основе следующих показателей оценки результата:

Приобретенный практический опыт, освоенные умения и знания	Результат обучения	Основные показатели оценки результата (ОПОР)	Наименование раздела, темы, подтемы	Уровень освоения	Наименование КОС	
					Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	2	3	4	5	6	7
<p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать ситуацию и принимать эффективные решения, используя систему методов управления; - использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения и личного трудового процесса; - учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; - проводить работу по мотивации трудовой деятельности. 	<p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3,</p>	<p>Фронтальный опрос: Оценка «5» ставится, если студент: 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно. Оценка «4» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.</p>	<p>Раздел 1. -2 -</p>	<p>1- 2</p>	<p>Контрольная работа по теме, разделу</p>	<p>Дифференцированный зачет</p>

<p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты современного менеджмента; - принципы построения организационной структуры управления; - система методов управления; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - основы формирования мотивационной политики организации; - методы планирования и организации работы подразделения по профессии 	<p>ПК 1.6</p>	<p>Оценка «3» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.</p> <p>Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.</p> <p>Тест:</p> <p>«5» - если верные ответы составляют от 90% до 100% от общего количества;</p> <p>«4» - если верные ответы составляют от 75% до 90%</p>				
---	-------------------	---	--	--	--	--

		<p>от общего количества; «3» - если верные ответы составляют от 50% до 75%; «2» - если верные ответы составляют менее 50%.</p> <p>Практическая работа: Оценка «5» - выполнение практической работы в объеме от 90% до 100 %. Оценка «4» - выполнение практической работы в объеме от 70% до 90%. Оценка «3» - выполнение практической работы в объеме от 50% до 70%. Оценка «2» - выполнение практической работы в объеме менее 50 %.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

Комплект оценочных средств

Задание 1.

1. Какими чертами характера должен обладать такой архетип управляющего как «администратор»?

1. быть общительным и уметь вдохновлять людей на максимальную самоотдачу
2. иметь аналитический склад ума
3. быть предельно объективным и полагаться на факты и логику
4. методичность в работе, прогнозирование будущего

2. Основные функции управления

1. планирование, контроль
2. информация, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, контроль
3. организация, мотивация
4. организация, мотивация, контроль

3. Целью планирования деятельности организации является

1. обоснование затрат
2. обоснование сроков
3. определение целей, сил и средств
4. обоснование численности работников

4. Что относится к категории «внутреннего вознаграждения»?

1. зарплата
2. карьерный рост
3. сама работа
4. признание товарищей по работе

5. Основным правилом при определении уровня зарплаты является:

1. определенный законом минимальный уровень
2. определенная штатным расписанием ставка
3. уровень оплаты в фирмах конкурентах
4. абсолютно точное и объектное определение характера вложенного труда и исследующая всесторонняя и беспристрастная его оценка

6. Для чего осуществляется делегирование своих полномочий другим руководителям?

1. для оптимального решения комплексной задачи
2. для сохранения «группового» стиля работы
3. для проверки квалификации рабочих
4. все перечисленное

7. Что означает «принять решение»?

1. перебрать все возможные альтернативы
2. перебрать несколько альтернатив, дающих наиболее эффективные возможности решения проблемы
3. отдать распоряжение о выборе возможной альтернативы
4. отдать распоряжение к реализации конкретного плана

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

1. научное управление
2. административное управление
3. новая экономическая политика
4. человеческие отношения

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 2.

1. Ключевым фактором в любой модели управления являются:

1. люди
2. средства производства
3. финансы
4. структура управления

2. Внешняя среда прямого воздействия на организацию - это:

1. акционеры, конкуренты, поставщики
2. потребители, торговые предприятия, местные органы
3. все перечисленное
4. правительственные органы, местные органы, профсоюзы

3. «Отцом научного управления» часто называют:

1. А. Файоля - он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования
2. Ф. Тейлора - он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и наблюдения за рабочим циклом

4. Организация - это

1. группа людей, объединенная общей целью
2. группа людей, владеющая средствами производства
3. группа людей, деятельность которых координируется
4. группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели

5. К социально-культурной сфере относятся

1. медицина
2. транспорт
3. культура
4. образование
5. все перечисленное
6. связь

6. Управление есть -

1. воздействие с целью оказания давления
2. целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления
3. целенаправленное воздействие объекта управления на субъект управления

7. Менеджмент это -

1. искусство
2. наука
3. особый вид деятельности
4. все перечисленные

8. Патернализм это -

1. воспитание у рабочих чувства, что они члены одной семьи
2. развитие в России направление работы с персоналом
3. приобщение сотрудников к духовности

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 3.

1. Ступени мотивации по Маслоу - это

1. потребность развития и признания
2. потребность развития и признания, социальная потребность и потребность в защищенности, основные потребности
3. социальная потребность и потребность в защищенности
4. основные потребности

2. Что является первоочередной необходимостью успешной работы сотрудника на новом месте?

1. соответствие специализации
2. справедливое вознаграждение
3. социальная адаптация
4. перспектива роста

3. Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь

1. помещение, офис
2. руководство
3. средства, оборудование
4. штатных сотрудников

4. Что такое «побуждение»?

1. условия, в которых человек вынужден осуществлять конкретную деятельность
2. ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность и сконцентрированное на достижение цели (желание сделать что-либо)
3. принуждение кого-либо к определенной деятельности
4. создание заинтересованности кого-либо к конкретной деятельности

5. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это:

1. мотивация по статусу
2. внешняя мотивация (стимул)
3. мотивация по результату
4. внутренняя мотивация

6. Стимул изначально означал -

1. посох для странника
2. дирижерская палочка
3. палка для рабов

7. Что относится к внешней среде косвенного воздействия?

1. Поставщики материальных, трудовых и финансовых ресурсов, потребители

2. Состояние экономики, научно-технический прогресс, политика
3. Законы и государственные органы, конкуренты

8. Кто автор "Школы человеческих отношений"?

1. Мери Фоллет, Элтон Мейо
2. Анри Файоль
3. Фредерик Тейлор

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 4.

1. Автором универсальных принципов управления является

1. Ф. Тейлор
2. А. Файоль
3. Э. Мейо

2. Разделение труда это –

1. выполнение работы каждым работником самостоятельно
2. выполнение работы которая соответствует квалификации
3. выполнение работы, большей по объему и лучшей по качеству, при тех же усилиях

3. Японский менеджмент ориентируется на

1. групповую форму организации труда
2. индивидуализм
3. патриотизм

4. Скорость служебного роста в американской модели

1. медленная
2. мгновенная
3. быстрая

5. Форма ответственности в японской модели

1. единоличная
2. индивидуальная
3. коллективная

6. Главная трудность в реформировании бывшей советской системы -

1. финансы
2. люди
3. ресурсы

7. Среда - это

1. главный день недели, в который осуществляется основное управление
2. совокупность основных функций менеджмента
3. совокупность объективных условий, в которых осуществляется деятельность фирмы

8. Мотив это-

1. движущая сила, которая находится внутри человека и побуждает его к какому-либо

действию

2. наименьшая из музыкальных форм

3. внешняя, относительно работающего человека средство побуждает его к какому-либо действию

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 5

1. Гипертимный, или гиперактивный характер свойственен работникам

1. замкнутым, малообщительным

2. для которых очень важна, какова у них на работе психологическая обстановка

3. с повышенной доброжелательностью и общительностью

2. Работника с неустойчивым характером следует

1. по возможности уволить (избавиться)

2. перевести на другую работу

3. поручить ему рекламу продукции

3. Авторитарному стилю руководства характерно

1. активное использование методов административного и психологического воздействия

2. групповые формы принятия управленческих решений

3. сочетание принципа единоначалия и общественного самоуправления

4. Отношение к инициативе руководителя с демократическим стилем управления

1. подавляет полностью

2. поощряет, использует в интересах дела

3. отдает инициативу в руки подчиненных

5. Какому стилю характерно - "в принятии решений ориентируется на указания от руководства или решения совещания"

1. либеральному

2. демократическому

3. авторитарному

6. Причины возникновения конфликтов

1. ограниченность власти, различия в квалификации, уме

2. ограниченность ресурсов, различия в целях, манере поведения и жизненном опыте, взаимозависимость задач

3. отсутствие чувства юмора, различия в производительности труда

7. Самооборона (ослабление, уклонение, доминирование, капитуляция) - лучший из способов разрешения конфликтов

1. да

2. нет

8. Метод эмпатии в принятии управленческих решений ориентирован на

1. выработку творческих идей при помощи наводящих вопросов
2. выработку творческих идей при помощи нового комбинирования известных и зарекомендовавших себя составляющих
3. выработку творческих идей путем постановки автора идеи на место проблемы и выработку уже с этой позиции

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 6.

1. Конечной целью маркетинга является:

- а) максимизация прибыли;
- б) производство товаров новинок;
- в) стимулирование продаж.

2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:

- а) совершенно идентичны;
- б) тесно взаимосвязаны;
- в) совершенно не связаны.

3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это

- а) торговля;
- б) менеджмент;
- в) маркетинг.

4. Все, что может удовлетворить нужду:

- а) потребность;
- б) товар;
- в) запрос.

5. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это

- а) менеджер;
- б) торговый агент;
- в) управляющий по маркетингу.

6. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:

- а) комплекс маркетинга;
- б) выборка;
- в) маркетинговая информация.

7. Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это

- а) методы стимулирования;
- б) реклама;
- в) пропаганда.

8. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это

- а) система маркетинговых исследований;
- б) система маркетинговой информации;
- в) рынок.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 7.

1. Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:

- а) наблюдение;
- б) эксперимент;
- в) система анализа маркетинговой информации.

2. Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:

- а) анкета;
- б) опрос;
- в) интервьюирование.

3. Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это

- а) поставщики;
- б) контактная аудитория;
- в) посредники.

4. Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:

- а) продукто - дифференцированный маркетинг;
- б) массовый маркетинг;
- в) целевой маркетинг.

5. Плановое воздействие на событие - это

- а) наблюдение;
- б) опрос;
- в) эксперимент.

6. Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это

- а) товары кратковременного использования;
- б) недвижимость;
- в) товары длительного использования.

7. Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между

собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это

- а) товары повседневного спроса;
- б) товары предварительного выбора;
- в) услуги.

8. Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это

- а) товарный знак;
- б) марочный знак;
- в) марка.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 8.

1. Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это

- а) товар в реальном исполнении;
- б) товар по замыслу;
- в) товар с подкреплением.

2. Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это

- а) товародвижение;
- б) стимулирование сбыта;
- в) жизненный цикл товара.

3. Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это

- а) цена;
- б) себестоимость;
- в) стоимость.

4. Посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю называется:

- а) розничный продавец;
- б) уровень канала распределения;
- в) оптовый продавец.

5. Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется:

- а) личные продажи;
- б) реклама;
- в) пропаганда.

6. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:

- а) выведения на рынок;
- б) зрелости;
- в) роста.

7.Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) личные продажи.

8.Розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной глубины - это

- а) специализированный магазин;
- б) торговый центр;
- в) склад-магазин.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 9.

1.Конечной целью маркетинга является:

- а) создание новых предприятий;
- б) удовлетворение потребностей общества;
- в) рост заработной платы.

2.К контактными аудиториями фирмы относятся:

- а) финансовые круги;
- б) эксперты;
- в) конкуренты.

3.Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо - это

- а) нужда;
- б) потребность;
- в) запрос.

4.Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется:

- а) ассортиментом;
- б) товаром;
- в) номенклатурой.

5.Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется:

- а) выделение;
- б) концентрация;
- в) сегментирование рынка.

6.Какой этап жизненного цикла товара обеспечивает товару четко отличное от других, желательное место на рынке?

- а) позиционирование на рынке;
- б) проникновение на рынок;
- в) выход на рынок.

7.Сочетание четырех составляющих: товара, цены, методов распространения и методов стимулирования - это

- а) жизненный цикл товара;
- б) комплекс маркетинга;
- в) элементы маркетинга.

8.Постоянно действующей системой, предназначенной для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации называется:

- а) система маркетинговых исследований;
- б) комплекс маркетинга;
- в) система маркетинговой информации.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Задание 10.

1.Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели - это

- а) вторичные данные;
- б) первичные данные;
- в) анкета.

2.Сегмент населения, призванный олицетворять собой население в целом - это

- а) выборка;
- б) семья;
- в) социальная группа.

3.Силы более широкого социального плана, оказывающие влияние на микросреду - это

- а) макросреда;
- б) потребители;
- в) правительство.

4.Маркетинг 1-ого продукта, предназначенного сразу для всех покупателей - это

- а) целевой маркетинг;
- б) продукто - дифференцированный маркетинг;
- в) массовый маркетинг.

5.Определение вида интересующей заказчика, информации и пути ее эффективного сбора - это

- а) наблюдение;
- б) отбор источников информации;
- в) опрос.

6.Средство или способ решения какой – то проблемы - это

- а) товар;
- б) товар по замыслу;
- в) запрос.

7.Товарами, которые потребитель обычно покупает часто, без раздумий и с

минимальными усилиями на их сравнение между собой называются:

- а) товары предварительного выбора;
- б) товары пассивного спроса;
- в) товары повседневного спроса.

8.Имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетания предназначенные для идентификации и выделения Т или У одного продавца среди Т и У конкурентов - это

- а) марка;
- б) марочный знак;
- в) товарный знак.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» при 80-100% выполнения задания;
- оценка «хорошо» при 60-79 %;
- оценка «удовлетворительно» при 40-59%;
- оценка «неудовлетворительно» менее 39% выполнения задания

Вопросы к дифференцированному зачету

1. Адаптивные организационные структуры.
2. Административная концепция менеджмента.
3. Бюрократическая концепция менеджмента.
4. Виды департаментизации.
5. Виды контроля на предприятии.
6. Виды менеджеров в организации.
7. Внешняя среда предприятия.
8. Внутренняя среда предприятия.
9. Гуманистический менеджмент.
10. Движение «человеческих отношений».
11. Движение «человеческих ресурсов».
12. Каналы распределения и товародвижения.
13. Понятие и сущность менеджмента.
14. Понятие и функции маркетинга на предприятии.
15. Принципы формулировки миссии предприятия.
16. Процессуальные теории мотивации.
17. Роли менеджера в организации.
18. Системный подход в менеджменте.
19. Ситуационный подход в менеджменте.
20. Маркетинг, его сущность, содержание.
21. Управление маркетингом.
22. Маркетинг как производственно-сбытовая концепция управления.
23. Основные функции маркетинга и содержание маркетинговой работы.
24. Классификация товарных групп в системе маркетинга.
25. Жизненный цикл товара и его фазы.
26. Основные направления в изучении товара маркетинговыми службами.
27. Составляющие понятия качества товара в системе маркетинга.

28. Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
29. Виды рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения.
30. Сбытовые стратегии.
31. Стратегическое планирование в маркетинге.
32. Методы комплексного исследования рынка.
33. Контроль и организация маркетинговой деятельности.
34. Понятие целевого рынка. Стратегия охвата.
35. Принципы выбора целевого сегмента рынка.
36. Понятия целевой сегмент, рыночное окно, рыночная ниша.
37. Оценка собственных возможностей предприятия при выходе на внешний рынок.
Внутренняя среда маркетинга.
38. Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
39. Изучение фирм-конкурентов в системе маркетинга.
40. Понятие рекламы и ее виды.

«5»- учебный материал освоен обучающимся в полном объеме, легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, использует материал из дополнительных источников, интернет ресурсы. Сообщение носит исследовательский характер. Речь характеризуется эмоциональной выразительностью, четкой дикцией, стилистической и орфоэпической грамотностью. Использует наглядный материал (презентация).

«4»- по своим характеристикам сообщение обучающегося соответствует характеристикам отличного ответа, но обучающийся может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы, допускать некоторые погрешности в речи. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.

«3»- обучающийся испытывал трудности в подборе материала, его структурировании. Пользовался, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения. Материал излагает не последовательно, не устанавливает логические связи, затрудняется в формулировке выводов. Допускает стилистические и орфоэпические ошибки.

«2»- сообщение обучающимся не подготовлено либо подготовлено по одному источнику информации, либо не соответствует теме.

Оценка презентаций

«5» - работа полностью завершена, демонстрирует глубокое понимание описываемых процессов, обучающийся предлагает собственную интерпретацию или развитие темы (обобщения, приложения, аналогии), имеются постоянные элементы дизайна. Дизайн подчеркивает содержание. Все параметры шрифта хорошо подобраны (текст хорошо читается). Нет ошибок: ни грамматических, ни синтаксических, графика хорошо подобрана, соответствует содержанию, обогащает содержание.

«4» - почти полностью сделаны наиболее важные компоненты работы. Работа демонстрирует понимание основных моментов, хотя некоторые детали не уточняются.

Обучающийся в большинстве случаев предлагает собственную интерпретацию или развитие темы. Параметры шрифта подобраны. Шрифт читаем. Графика соответствует содержанию. Минимальное количество ошибок.

«3» - не все важнейшие компоненты работы выполнены. Работа демонстрирует понимание, но неполное. Обучающийся иногда предлагает свою интерпретацию. Параметры шрифта недостаточно хорошо подобраны, могут мешать восприятию. Графика мало

соответствует содержанию. Есть ошибки, мешающие восприятию.

«2» - работа сделана фрагментарно. Работа демонстрирует минимальное понимание. Интерпретация ограничена. Параметры не подобраны. Делают текст трудночитаемым. Графика не соответствует содержанию. Много ошибок, делающих материал трудночитаемым.

Оценка практических заданий

Критериями оценки выполненных заданий практического занятия являются **умения**:

- обобщать, систематизировать, углублять, закреплять полученные теоретические знания по конкретным темам дисциплины;
- формировать умения применять полученные знания на практике, реализовать единство интеллектуальной и практической деятельности;
- развивать интеллектуальные умения у будущих рабочих, служащих: аналитических, проектировочных, конструктивных и др.;
- вырабатывать при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

«5» - ставится при правильном выполнении 90-100% предложенных заданий.

«4» - ставится при правильном выполнении 80-90 % предложенных заданий.

«3» - ставится при правильном выполнении 70-80 % предложенных заданий.

«2» - ставится при выполнении ниже 70% предложенных заданий.

Информационное обеспечение реализации программы

1. Абчук, В. А. Теоретические основы менеджмента : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 320 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17086-3. — Текст: непосредственный.

2. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16617-0. — Текст: непосредственный.

3. Шарапова, Т. В. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Шарапова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01621-5. — Текст: непосредственный.

4. Дорофеева, Л. И. Основы менеджмента : учебник для СПО / Л. И. Дорофеева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 494 с. — ISBN 978-5-4488-1329-0, 978-5-4497-1357-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/110573> (дата обращения: 18.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Егорова, Т. И. Основы менеджмента / Т. И. Егорова ; под редакцией А. Я. Волкова. — Москва, Ижевск : Институт компьютерных исследований, 2019. — 136 с. — ISBN 978-5-4344-0633-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/97371> (дата обращения: 18.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

6. Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование :

[сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/96023> (дата обращения: 18.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Шамис, В. А. Основы менеджмента : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 86 с. — ISBN 978-5-4488-1572-0, 978-5-4497-1832-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/124752> (дата обращения: 18.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей