

Частное профессиональное образовательное учреждение
«Магнитогорский колледж современного образования»

Принят
методическим советом
ЧПОУ «Магнитогорский
колледж современного
образования»
Протокол № 5 от 24.06.2021г.

УТВЕРЖДАЮ:

Кузьмина С.А., директор ЧПОУ
«Магнитогорский колледж
современного образования»

« 30 » июня 2021 г.

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности
21.02.05 ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ
(базовой подготовки)

Магнитогорск, 2021г.

Разработчики:

1. Ляшутина Наталья Эдуардовна, преподаватель Частного профессионального образовательного учреждения «Магнитогорский колледж современного образования»

Эксперты (при наличии):

Техническая экспертиза комплекта контрольно-оценочных средств учебной дисциплины **ОП. 04 Основы менеджмента и маркетинга** пройдена.

Эксперт: Докукина Е.П., методист ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

:

Содержание

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Область применения комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.2.1. Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине.....	7
1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины	8
1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.....	8
2. Задания для контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины	8
2.1. Задания для текущего контроля	8
2.2. Задания для промежуточной аттестации.....	14
3. Рекомендуемая литература и иные источники.....	24

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения контрольно-оценочных средств

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки и оценки результатов освоения учебной дисциплины **ОП 04 Основы менеджмента и маркетинга** программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности **21.02.05 Земельно-имущественные отношения**.

Контрольно-оценочные средства (КОС) представляют собой комплект материалов для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля.

КОС предназначены для проверки усвоенных знаний и усвоенных умений по дисциплине в целях овладения предусмотренных стандартом общих и профессиональных компетенций, а также для оценки достижения обучающимися личностных результатов.

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать:

1.Формирование элементов профессиональных компетенций (ПК) и элементов общих компетенций (ОК):

Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

ОК 9. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные традиции.

ОК 10. Соблюдать правила техники безопасности, нести ответственность за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда

Профессиональные компетенции:

ПК1.1. Составлять земельный баланс района.

ПК 1.2. Подготавливать документацию, необходимую для принятия управленческих решений по эксплуатации и развитию территорий.

ПК 1.3. Готовить предложения по определению экономической эффективности использования имеющегося недвижимого имущества

ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.

ПК 1.5. Осуществлять мониторинг земель территории.

ПК 2.1. Выполнять комплекс кадастровых процедур

ПК 2.2. Определять кадастровую стоимость земель.

ПК 2.3. Выполнять кадастровую съемку

- .ПК 2.4. Осуществлять кадастровый и технический учет объектов недвижимости.
 ПК 2.5. Формировать кадастровое дело.
 ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы
 .ПК 3.2. Использовать государственные геодезические сети и иные сети для производства картографо-геодезических работ.
 ПК 3.3. Использовать в практической деятельности геоинформационные системы.
 ПК 3.4. Определять координаты границ земельных участков и вычислять их площади
 .ПК 3.5. Выполнять поверку и юстировку геодезических приборов и инструментов
 ПК 4.1. Осуществлять сбор и обработку необходимой и достаточной информации об объекте оценки и аналогичных объектах.
 ПК 4.2. Производить расчеты по оценке объекта оценки на основе применимых подходов и методов оценки.
 ПК4.3. Обобщать результаты, полученные подходами, и давать обоснованное заключение об итоговой величине стоимости объекта оценки.
 ПК 4.4. Рассчитывать сметную стоимость зданий и сооружений в соответствии с действующими нормативами и применяемыми методиками.
 ПК 4.5. Классифицировать здания и сооружения в соответствии с принятой типологией.
 ПК 4.6. Оформлять оценочную документацию в соответствии с требованиями нормативных актов, регулирующих правоотношения в этой области.

2. Освоение умений и усвоение знаний

Освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата	Форма контроля и оценивания
Уметь:		
У1. планировать и организовывать работу подразделения;	-принципы планирования; - виды планирования; - модель стратегического планирования	- экспертная оценка выполнения индивидуального задания: «Модель стратегического планирования деятельности организации»; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся
У2. - формировать организационные структуры управления;	- анализ организационных структур менеджмента; - достоинства и недостатки организационных структур; - принципы построения структуры организации	экспертная оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся; - оценка анализа структуры организации на практическом занятии
У3. - разрабатывать мотивационную политику организации;	-определение сущности и роли мотивации в управлении процессами; - анализ теорий мотивации; - характеристика форм материальной и моральной мотивации труда; - выявление различных мотивов деятельности работника.	- контроль разработки и решения ситуационных задач; - экспертная оценка на практическом занятии;

<p>У4. - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение этики и тактики делового общения; - анализ психологических закономерностей делового общения; - транзакционный анализ в соответствии с основными состояниями образа «Я»; - характеристика основных факторов стрессов и методов борьбы со стрессами. 	<ul style="list-style-type: none"> - анализ выполнения транзакций; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся; - презентации
<p>У5. - принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - аргументация значимости различных видов власти в мотивации персонала; - определение стилей руководства; - анализ основных теорий управления; - классификация методов управления в менеджменте; - выбор методов управления в зависимости от типов характеров 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка решенных ситуационных задач; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся
<p>У6. - учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение сущности и роли менеджмента и маркетинга в конкурентной среде; - аргументация отличий управления в административно-командной и рыночной экономике; - анализ классификации менеджмента по типам и видам; - обоснование деятельности менеджеров высшего, среднего и низового уровня в сфере земельно-имущественных отношений - анализ подходов к управлению персоналом в сфере ЗИО на основе выделения различных школ управления; 	<p>- оценка рефератов :</p> <p>«Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях»;</p> <p>«Маркетинг кадрового обеспечения»;</p> <p>«Маркетинг территорий как объекта продаж»</p>
<p>У7. - анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - перечисление и описание факторов маркетинговой среды; - описание принципов и этапов сегментирования; - характеристика видов сегментации; - описание критериев сегментации рынка; - описание критериев позиционирования товара на 	<ul style="list-style-type: none"> - экспертная оценка на практическом занятии; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся

	рынке сбыта.	
У8. - определять стратегию и тактику относительно ценообразования.	- описание ценовых стратегий и методов ценообразования на конкурентных рынках; - характеристика ценовой политики и факторов, влияющих на уровень цен	- экспертная оценка на практическом занятии; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся
Знать:		
З 1. - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	- определение сущности и роли менеджмента в конкурентной среде; - аргументация отличий управления в административно-командной и рыночной экономике; - анализ классификации менеджмента по типам и видам; - обоснование деятельности менеджеров высшего, среднего и низового уровня: - анализ подходов к управлению персоналом на основе выделения различных школ управления; - анализ внутренней и внешней среды организации в процессе стратегического планирования;	- оценка защиты рефератов; - тестирование;
З 2- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	- определение сущности менеджмента в сфере профессиональной деятельности: принципов, функций, методов; - анализ субъекта и объекта менеджмента	- оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся, - анализ сообщений: «Понятие менеджмента в сфере земельно-имущественных отношений: принципы, функции, методы».
З 3- внешнюю и внутреннюю среду организации;	- анализ факторов внешней и внутренней среды организации. - анализ среды прямого и косвенного воздействия; - составление элементов бизнес-плана организации	- контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся; - оценка выполнения элементов бизнес-плана;
З 4- цикл менеджмента;	- обоснование значимости основных составляющих цикла менеджмента; - классификация видов планирования; - анализ стратегического планирования в	- оценка презентаций, рефератов; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - тестирование

	профессиональной среде; - определение этапов контроля; - анализ поведенческих аспектов контроля; - преломление теорий мотивации к практической деятельности менеджера	
3 5. процесс принятия и реализации управленческих решений;	- определение принципов и этапов принятия управленческих решений; - классификация управленческих решений; - обоснование значимости делегирования полномочий менеджером в процессе выработки управленческого решения; - классификация типов менеджмента по уровням принятия управленческих решений	- оценка решения ситуационных задач; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся
3 6. - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	- цикл менеджмента; - виды планирования; - принципы планирования; - методы и теории мотивации; - формы, виды и этапы управленческого контроля;	- тестирование; - анализ решения ситуационных задач; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся
3 7. - методику принятия решений;	- уровни и принципы принятия управленческих решений (по дифференциации, решаемым задачам, сферам деятельности, формам, принципам принятия, характеру исходной информации) - классификация управленческих решений	- тестирование; - анализ решения ситуационных задач
3 8. - систему методов управления;	- направленность и содержание методов управления; - система методов управления: организационные, административные, экономические, социально-психологические; - основы применения, требования и подходы к субъекту	- оценка решения проблемных заданий; - контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся

	управления	
З 9. - стили управления, коммуникации, деловое общение;	- виды коммуникаций в менеджменте; - классификация коммуникативных сообщений	- анализ особенностей основных видов коммуникаций в профессиональной деятельности
З 10. - сущность и функции маркетинга;	- Понимание сущности маркетинга: целей, задач, функций, принципов; - описание структуры маркетинговой деятельности; - объяснение роли маркетинга в деятельности предприятий	- контроль и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся; - текущий контроль в форме устного опроса.
З 11- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	- характеристика основных рыночных показателей: емкость, конъюнктура, доля рынка - анализ деятельности организации по реализации маркетинговых мероприятий в соответствии со сложившейся конъюнктурой рынка	- проверка выполнения задания по составлению показателей конъюнктуры рынка; - контроль решения задач на определение доли и емкости рынка

3. Формирование личностных результатов реализации программы воспитания по специальности:

ЛР.4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

ЛР.6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях

ЛР10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой

ЛР.12. Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания

1.2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины

1.2.1. Форма промежуточной аттестации по УД

В Таблица 2.

Учебная дисциплина	Формы промежуточной аттестации
1	2
ОП 04 Основы менеджмента и маркетинга	3 семестр – Дифференцированный зачет

1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная и итоговая аттестация по учебным дисциплинам и профессиональным модулям.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на учебную дисциплину, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы дисциплины, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль учебной дисциплины осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, реферата, творческих работ; выполнения контрольных и тестовых заданий; решения ситуационных задач и других форм контроля, предусмотренных программой учебной дисциплины.

По дисциплине «Экономика организации» формой промежуточной аттестации является Экзамен.

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной, итоговой и (или) государственной итоговой аттестации обучающихся.

Формы и процедура текущего контроля и промежуточной аттестации знаний студентов определяются положениями: «О текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся», «О применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», «Об организации образовательного процесса в ЧПОУ «МКСО» в связи с профилактическими мерами, связанными с угрозой коронавирусной инфекции».

1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.

Оценка личностных результатов проводится в рамках контрольных и оценочных процедур, предусмотренных настоящей программой.

Комплекс примерных критериев оценки личностных результатов обучающихся:

- демонстрация интереса к будущей профессии;
- оценка собственного продвижения, личностного развития;
- положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;
- ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;
- проявление высокопрофессиональной трудовой активности;
- участие в исследовательской и проектной работе;
- соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики;
- конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;
- демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;
- готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;

- проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;
- проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
- отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;
- проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;
- демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;
- проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;
- проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Задания для текущего контроля

Структура контрольно-оценочных средств :

2.1.1 КОС предназначен для текущего контроля учебной дисциплины: ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Форма: Тестовые задания для оценки знаний в области менеджмента

Знания:

- значение и сущность предпринимательства;
- роль лидера в управлении процессами;
- формальные и неформальные организации;
- психологические особенности человека в управлении процессами;
- стили управления.

Умения:

- оценивать и объяснять значимость менеджмента в конкурентной среде
- роль государства в регулировании экономики

Тест (Вариант 1)

1. Дать определение термину «менеджмент»
 - а). организация работы людей;
 - б). умение достигать поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей;
 - в). Любое управление;

2. Укажите однозначные понятия

а). предприниматель;	в). хозяин;
б). менеджер;	г). бизнесмен;

3. Продолжите предложение:
Передача полномочий другому лицу - это _____.

4. Какими методами регулирует рыночную экономику государство?
 - а). финансовая политика;
 - б). контроль над монополиями;
 - в). запрет экономической свободы;

5. Дайте определения терминам:
 - мотивация;
 - управленческое решение;

6. Дайте определение:
состояние психической напряженности, которое возникает в ситуациях, когда человеку либо трудно предположить, что произойдет в дальнейшем, либо он сталкивается

одновременно с таким большим количеством событий и информации, что не в состоянии оценить или принять решение называется _____

7. Дайте правильный ответ

Лидер -

- а). человек, способный воздействовать на группу людей, направлять и организовывать их работу;
- б). наемный управляющий, занимающий в организации постоянную должность и наделенный правом принимать решения по определенным видам деятельности организации

8. Дайте правильный ответ:

Авторитарный стиль управления –

- а). совокупность приемов руководства, основанных на широком привлечении сотрудников организации к процессу подготовки принятия решения;
- б). стиль прямых приказов, распоряжений, не допускающий каких-либо возражений со стороны подчиненного;
- в). стиль, при котором руководитель не вмешивается в работу подчиненных, предоставляя им достаточную самостоятельность;

9. Дайте правильный ответ:

Неформальная организация –

- а). система отношений, зафиксированных должностными инструкциями, положениями, приказами. Предполагает соблюдение утвержденных норм поведения и взаимодействия сотрудников;
- б). спонтанно возникающие группы людей, которые регулярно вступают во взаимодействие для достижения определенной цели ;

10. Дайте правильный ответ:

Темперамент –

- а). устойчивая индивидуальная совокупность особенностей личности, приводящая к типичному для данной личности поведению в определенных ситуациях;
- б). природные свойства , определяющие динамику психической деятельности;

11. Верно ли утверждение: «Планирование – это систематическая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной оценки различных альтернативных действий в ожидаемых условиях

- а). да;
- б). нет;

12. Дайте правильный ответ

Вертикальное разделение труда в организации –

- а). разделение всей работы на составляющие компоненты;
- б).отделение управленческой работы от всей остальной (неуправленческой);

13. Дайте правильный ответ:

Специальность –

- а). род занятий в рамках одной профессии; узкая область приложения духовных и физических сил человека;
- б). выделение из широкого профиля определенных знаний, более узких, необходимых для удовлетворения потребностей производства (оказания услуг);

в). род трудовой деятельности, требующий определенных знаний и умений;

14. Дайте правильный ответ:

Стратегия –

- а). оптимальный набор правил и приемов, которые позволяют реализовать миссию, достигнуть глобальных и локальных целей фирмы;
- б). краткосрочные планы организации, разработанные на базе стратегических планов; совокупность средств и приемов для достижения намеченной цели;

15. Дайте правильный ответ:

Бизнесмен –

- а). это человек, который «делает» деньги, владелец капитала, находящегося в обороте и приносящего доход; деловой человек, у которого нет подчиненных, или крупный собственник, который может не занимать никакой постоянной должности в корпорации, однако является владельцем ее акций;
- б). Человек, предпринимаящий что-либо по собственной инициативе, действующий под свою ответственность, на свой страх и риск, рассчитывающий на собственные силы и средства;
- в). наемный управляющий, занимающий в организации постоянную должность и наделенный правом принимать решения по определенным видам деятельности организации;

16. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров
- б) снижение издержек производства
- а) установление цен на товары
- г) удовлетворения потребностей потребителей

17. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- а) товарная ориентация
- б) производственная ориентация
- в) сбытовая ориентация
- г) ориентация на потребителя, общество в целом

18. Объектами маркетинга являются:

- а) товары
- б) услуги
- в) фирмы
- г) все вышеперечисленные ответы

19. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- а) маркетинговые исследования;
- б) инвентарный контроль
- в) товарная политика
- г) создание рекламного обращения

20. С точки зрения маркетинга товар – это:

- а) результат исследований, разработок и производства
- б) продукт труда предназначен для продажи

- в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей
- г) все товары на предприятиях

21. Позиционирование товара – это:

- а) сегментирование рынка
- б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара
- в) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями
- г) выбор целевого рынка

22. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?

- а) привлечь внимание
- б) удержать интерес
- в) побуждать к действию, то есть покупки
- г) все ответы правильные

23. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

- а) поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей
- б) мотивацию покупателей
- в) продажа товаров по цене ниже себестоимости
- г) увеличение реальных доходов граждан

24. Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) оптового посредника.

25. Каналы распределения выполняют следующие функции:

- а) закупка и продажа товаров;
- б) транспортировки и хранения продукции;
- в) создание торгового ассортимента;
- г) все ответы правильные.

Тест (Вариант 2)

1. Дайте определение менеджменту:

- а). наука и искусство управления;
- б). отношения, складывающиеся между людьми в процессе управления;
- в). подбор, расстановка и обучение кадров;

2. Определите основные задачи менеджмента

- а). обеспечение инновацией;
- б). организация работы предприятия;
- в). контроль;
- г). планирование;

3. Продолжите предложение

Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели – это _____.

4. Согласно ведущему принципу менеджмента:

- а) вопросы стратегического характера закреплены 1) за низовыми звеньями
 б) оперативное управление закреплено 2) за высшим уровнем управления

5. Дайте определение понятиям:

- мотивация;
- делегирование;

6. Продолжите предложение:

Разногласия, столкновение взглядов, позиций, интересов между сторонами или группами приводит к возникновению _____

7. Дайте правильный ответ

Менеджер -

- а). человек, способный воздействовать на группу людей, направлять и организовывать их работу;
- б). наемный управляющий, занимающий в организации постоянную должность и наделенный правом принимать решения по определенным видам деятельности организации

8. Дайте правильный ответ:

Демократический стиль управления -

- а). стиль прямых приказов, распоряжений, не допускающий каких-либо возражений со стороны подчиненного;
- б). стиль, при котором руководитель не вмешивается в работу подчиненных, предоставляя им достаточную самостоятельность;
- в). совокупность приемов руководства, основанных на широком привлечении сотрудников организации к процессу подготовки принятия решения;

9. Дайте правильный ответ:

Формальная структура организации –

- а). спонтанно возникающие группы людей, которые регулярно вступают во взаимодействие для достижения определенной цели ;
- б). система отношений, зафиксированных должностными инструкциями, положениями, приказами; предполагает соблюдение утвержденных норм поведения и взаимодействия сотрудников;

10. Дайте правильный ответ:

Характер –

- а). устойчивая индивидуальная совокупность особенностей личности, приводящая к типичному для данной личности поведению в определенных ситуациях;
- б). природные свойства , определяющие динамику психической деятельности

11. Верно ли утверждение: «Управленческое решение – это выбор наилучшей альтернативы из числа возможных, предполагающей набор эффективных действий по совершенствованию организации управления предприятием»?

- а). да; б). нет;

12. Дайте правильный ответ

Горизонтальное разделение труда в организации –

- а). разделение всей работы на составляющие компоненты;
- б).отделение управленческой работы от всей остальной (неуправленческой);

13. Дайте правильный ответ:

Специальность –

- а). род занятий в рамках одной профессии; узкая область приложения духовных и физических сил человека;
- б). выделение из широкого профиля определенных знаний, более узких, необходимых для удовлетворения потребностей производства (оказания услуг);
- в). род трудовой деятельности, требующий определенных знаний и умений;

14. Дайте правильный ответ:

Тактика –

- а). оптимальный набор правил и приемов, которые позволяют реализовать миссию, достигнуть глобальных и локальных целей фирмы;
- б). краткосрочные планы организации, разработанные на базе стратегических планов; совокупность средств и приемов для достижения намеченной цели;

15. Дайте правильный ответ:

Предприниматель–

- а). это человек, который «делает» деньги, владелец капитала, находящегося в обороте и приносящего доход; деловой человек, у которого нет подчиненных, или крупный собственник, который может не занимать никакой постоянной должности в корпорации, однако является владельцем ее акций;
- б). Человек, предпринимаящий что-либо по собственной инициативе, действующий под свою ответственность, на свой страх и риск, рассчитывающий на собственные силы и средства;
- в). наемный управляющий, занимающий в организации постоянную должность и наделенный правом принимать решения по определенным видам деятельности организации;

16. Разработка рекламной стратегии включает:

- а) создание рекламного обращения;
- б) определение эффективности рекламы;
- в) создание концепции товара;
- г) определение целевой аудитории;

17. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:

- а) усиление законодательных норм;
- б) увеличение возраста потребителей;
- в) снижение количества населения;
- д) несовершенство программы маркетинга;

18. Различают следующие уровни товара:

- а) новый и модифицированный
- б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;
- в) товар с упаковкой; товар без упаковки;
- г) второй сорт, первый сорт, высший сорт

19. Отбор целевых рынков – это:

- а) удовлетворения всех без исключения потребителей;
- б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма

ориентируется.

в) определение места продажи своего товара;

г) определение вида продвижения товара.

20. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы

а) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);

б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);

в) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);

г) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения)

д) все ответы верны

21. Рынок товаров производственного назначения это:

а) все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли;

б) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров;

в) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли;

г) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли;

22. С чем связан ремаркетинг?

а) Снижающимся спросом

б) Возрастающим спросом

в) Чрезмерным спросом

23. Кто является основоположником маркетинга:

а) Альфред Ньюман

б) Клейтон Кристенсен

в) Филип Котлер

24. Чем пропаганда отличается от рекламы?

а) ее платности

б) ее личном характере

в) ее общественном характере

г) она не оплачивается

25. Что из данного является обязательным элементом процесса коммуникации?

а) реклама

б) стимулирование сбыта

в) обратная связь

г) все перечисленные

Ответы к тестовому заданию:

Вариант №1.		Вариант № 2	
1 – б	1 балл	1 – а	1 балл
2- а-в	1 балл	2- б,в,г	3 балла
3 – делегирование	1 балл	3 – коллектив	1 балл
4 – б	1 балл	4 – а-2; б-1	2 балла

5 – дают определения Мотивация – позиция, предрасполагающая человека действовать целенаправленным образом; процесс побуждения себя и других людей к действиям, позволяющим достичь целей организации Управленческое решение – это выбор наилучшей альтернативы из числа возможных, предполагающей набор эффективных действий по совершенствованию организации управления предприятием	2 балла	5 – дают определения Мотивация – позиция, предрасполагающая человека действовать целенаправленным образом; процесс побуждения себя и других людей к действиям, позволяющим достичь целей организации Делегирование – передача задач и полномочий лицу, принимающему на себя ответственность за их выполнение	2 балла
6 – стресс	1 балл	6 – конфликт	1 балл
7 – а	1 балл	7 – б	1 балл
8 – б	1 балл	8 – в	1 балл
9 – б	1 балл	9 – б	1 балл
10 – б	1 балл	10 – а	1 балл
11 – а	1 балл	11 – а	1 балл
12 – б	1 балл	12 – а	1 балл
13 – а	1 балл	13 – а	1 балл
14 – а	1 балл	14 – б	1 балл
15 – а	1 балл	15 – б	1 балл
16 – г	1 балл	16 – а	1 балл
17 – г	1 балл	17 – д	1 балл
18 – г	1 балл	18 – б	1 балл
19 – б	1 балл	19 – б	1 балл
20 – в	1 балл	20 – д	1 балл
21 – в	1 балл	21 – а	1 балл
22 – г	1 балл	22 – а	1 балл
23 – а	1 балл	23 – в	1 балл
24 – б	1 балл	24 – г	1 балл
25 – г	1 балл	25 – в	1 балл

Критерии оценки:

«5» - 100% - 85% - 22-25 баллов - отлично

«4» - 84% - 70% - 18 - 21 баллов - хорошо

«3» - 69% - 50% - 13 - 17 баллов - удовлетворительно

«2» - менее 50% - 12 баллов - неудовлетворительно

За каждый правильный ответ – 1 балл

2.2. Задания для промежуточной аттестации

Назначение: КОС предназначен для промежуточной аттестации и оценки результатов освоения учебной дисциплины: ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга 21.02.05 Земельно-имущественные отношения (базовой подготовки)

Умения:

- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

Знания:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

Тест (Вариант 1)

Укажите правильный ответ

1. Дайте определение термину «менеджмент»

- а) управление в сфере услуг
- б) умение достигать поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей
- в) управление производством
- г) любое управление

2. Укажите типы менеджмента

- а) менеджмент персонала
- б) текущее управление
- в) управление производством
- г) стратегический менеджмент

3. К низовому уровню менеджеров можно отнести

- а) руководителей управлений, цехов, отделов
- б) генеральных директоров, директоров, членов правления предприятия
- в) руководителей подразделов, секторов, бригад, групп

4. Соотнесите понятия

- | | |
|-------------------|---|
| 1 менеджер | а) хозяин |
| 2 предприниматель | б) наемный управляющий, наделенный правом |

принимать решения по определенным видам деятельности

5. Основателя школы научного менеджмента является
 - а) Ф. Тейлор
 - б) А. Файоль
 - в) Э. Мэйо
 - г) Ф. Герцберг

6. Школа «Человеческих отношений» характеризуется
 - а) вниманием к психологии человека
 - б) влиянием условий работы на производительность труда
 - в) влиянием человеческого фактора
 - г) принципом администрирования

7. Поставщики, потребители, конкуренты – это факторы
 - а) внешней среды косвенного воздействия
 - б) внутренней среды организации
 - в) внешней среды прямого воздействия

8. Анализ внутренней среды организации производится с целью
 - а) определить угрозы и возможности, с которыми сталкивается организация
 - б) определить сильные и слабые стороны организации
 - в) определить ресурсный потенциал организации

9. Выберите верное определение цели
 - а) предписанная работа, которая должна быть выполнена установленным способом и установленные сроки
 - б) конкретное конечное состояние или искомый результат, которого стремится добиться группа или коллектив
 - в) это норма, установленная руководством организации
 - г) это задача, которая стоит перед рабочим коллективом

10. Назовите тип менеджмента, в рамках которого ставятся долгосрочные цели организации и определяются основные пути их достижения
 - а) стратегический
 - б) тактический
 - в) текущий (оперативный)

11. Стратегия – это
 - а) совокупность средств и приемов для достижения намеченных целей
 - б) программа действий, устанавливающая главные цели
 - в) описание порядка выполнения управленческих задач

12. Назовите недостающую функцию управления в цикле менеджмента
 - планирование
 - организация
 - контроль
 - ?

13. Допишите определение

..... – это передача задач и полномочий лицу, принимающему на себя ответственность за их выполнение

14. Укажите теорию мотивации, описывающую иерархическую структуру основных типов потребностей человека, определяющих его поведение
- теория Мак-Клелланда
 - теория Маслоу
 - теория Ф. Герцберга
15. Организационно-распорядительные или административные методы управления основаны
- на правильном использовании экономических законов производства (планировании, использовании эффективной налоговой системы, рабочей силы, ценообразования)
 - на прямых директивных указаниях, власти, дисциплине, взысканиях
 - на мотивации общественного воздействия на людей через «мнение коллектива» (социальное планирование, партнерство, общение, переговоры)
 - на знании психологии человека, его внутреннего мира и известны как «метод убеждения» (внушение; подражание; просьба)
16. Метод проведения группой компетентных специалистов измерения некоторых характеристик для подготовки принятия решений называется
- мозговая атака
 - метод теории вероятности
 - экспертный метод
 - дерево целей
17. Выберите несуществующий способ принятия управленческого решения
- принцип единоначалия;
 - принцип большинства;
 - принцип меньшинства;
 - принцип коллегиальности
18. Решения, определяющие конкретные действия по развитию предприятия, называются
- исполнительскими
 - концептуальными
 - стратегическими
 - тактическими
19. На стадии подготовки управленческого решения
- производится экономический анализ ситуации, сбор и обработка информации, формулируются проблемы
 - осуществляется разработка возможных решений
 - принимаются меры для конкретизации решений
20. Власть, основанная на силе личных качеств и способностей лидера называется
- традиционная власть
 - экспертная власть
 - эталонная власть
 - основанная на принуждении
21. Авторитарный стиль управления - это
- стиль, предусматривающий совокупность приемов руководства, основанных на широком привлечении сотрудников организации к процессу подготовки принятия решения

- б) стиль прямых приказов, распоряжений, не допускающий каких-либо возражений со стороны подчиненного
- в) стиль, при котором руководитель не вмешивается в работу подчиненных, предоставляя им достаточную самостоятельность

22. К педагогическим способам управления конфликтами относят (выбрать варианты ответов)

- а) силовое разрешение конфликта – подавление интересов конфликтующих сторон
- б) беседа, просьба, убеждение, разъяснение требований к работе и неправомерных действий конфликтующих сторон
- в) перевод на другую работу, приказ руководителя, решение суда
- г) любые меры воспитательного характера

23. Стресс является результатом

- а) отрицательных событий в личной жизни
- б) отрицательных событий в личной жизни, в организации
- в) отрицательных и положительных событий в личной жизни, в организации
- г) отрицательных событий в организации

24. Коммуникации – это

- а) способность к общению
- б) сообщение, связь, путь сообщения
- в) процесс установления и развития контактов между людьми, включающий обмен информацией, выработку стратегии взаимодействия, восприятие другого человека

25. Успешной коммуникации в большей степени способствует

- а) эго-состояние «Я – родитель»
- б) эго-состояние «Я – взрослый»
- в) свободное владение всеми эго-состояниями;

26. Конечной целью маркетинга является:

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

27. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:

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

28. Обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка детального комплекса маркетинга - это

- а) организация сбыта;
- б) продвижение товара на рынок;
- в) позиционирование товара на рынке.

29. Потребители, одинаково реагирующие на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга - это

- а) семья;
- б) сегмент рынка;
- в) общественная группа.

30. Производство и маркетинг продуктов, разработанных специально для определенных рыночных сегментов - это
- а) целевой маркетинг;
 - б) массовый маркетинг;
 - в) продукт - дифференцированный маркетинг.
31. Практикой установления на новый товар относительно низкой цены с целью привлечения большого числа покупателей называют:
- а) стратегию «снятия сливок»
 - б) стратегию психологической цены;
 - в) стратегию проникновения на рынок.
32. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
- а) совершенно идентичны;
 - б) тесно взаимосвязаны;
 - в) совершенно не связаны.
33. Массовое производство, массовое распространение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей - это
- а) массовый маркетинг;
 - б) концентрированный маркетинг;
 - в) дифференцированный маркетинг.
34. Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры - это
- а) макросреда фирмы;
 - б) микросреда фирмы;
 - в) маркетинговая среда.
35. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:
- а) выведения на рынок;
 - б) зрелости;
 - в) роста.
36. Систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах - это
- а) маркетинговые исследования;
 - б) изучение рынка;
 - в) изучение конъюнктуры.
37. Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:
- а) продукт - дифференцированный маркетинг;
 - б) массовый маркетинг;
 - в) целевой маркетинг.
38. Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это
- а) товары кратковременного использования;
 - б) недвижимость;
 - в) товары длительного использования.
39. Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это
- а) товарный знак;
 - б) марочный знак;
 - в) марка.

40. Этап выведения товара фирмы на рынок обычно характеризуется:

- а) получением значительной прибыли;
- б) покрытием своих затрат;
- в) необходимостью нести определённые убытки.

Тест (Вариант 2)

Укажите правильный ответ

1. Дайте определение термину «менеджмент»

- а) практика управления производством
- б) наука и искусство управления
- в) отношения, складывающиеся между людьми в процессе управления
- г) подбор, расстановка и обучение кадров

2. Укажите виды менеджмента

- а) тактический менеджмент
- б) риск-менеджмент
- в) стратегический менеджмент
- г) финансовый менеджмент

3. К высшему уровню менеджеров можно отнести

- а) руководителей управлений, цехов, отделов
- б) генеральных директоров, директоров, членов правления предприятия
- в) руководителей подразделов, секторов, бригад, групп

4. Соотнесите понятия

- | | |
|-------------|--|
| 1 менеджер | а) владелец капитала, находящегося в обороте и приносящего доход |
| 2 бизнесмен | б) наемный управляющий, наделенный правом принимать решения по определенным видам деятельности |

5. Основателем классической школы является

- а) Ф.Тейлор
- б) А.Файоль
- в) Э. Мэйо
- г) Р. Лайкерт

6. Главное внимание управленческой роли администратора уделяла

- а) школа «человеческих отношений»
- б) научная школа
- в) классическая школа
- г) школа поведенческих наук

7. Люди, структура, цели, задачи, технологии – это факторы

- а) внешней среды прямого воздействия
- б) внутренней среды организации
- в) внешней среды косвенного воздействия

8. Анализ внешней среды организации производится с целью

- а) определить угрозы и возможности, с которыми сталкивается организация
- б) определить сильные и слабые стороны организации

в) определить ресурсный потенциал организации

9. Выберите верное определение задачи

- а) предписанная работа, которая должна быть выполнена установленным способом и установленные сроки
- б) конкретное конечное состояние или искомый результат, которого стремится добиться группа или коллектив
- в) это норма, установленная руководством организации
- г) это цель, которая стоит перед рабочим коллективом

10. Назовите тип менеджмента, в рамках которого осуществляется корректировка, конкретизация, детализация действий

- а) стратегический
- б) тактический
- в) текущий (оперативный)

11. Тактика – это

- а) совокупность средств и приемов для достижения намеченных целей
- б) программа действий, устанавливающая главные цели
- в) описание порядка выполнения управленческих задач

12. Назовите недостающую функцию управления в цикле менеджмента

- планирование
- организация
- мотивация
- ?

13. Допишите определение

..... – ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия ее сотрудников на выполнения задания

14. Укажите теорию мотивации, которая делает упор на потребности высших уровней (потребность власти, потребность успеха, потребность в причастности)

- а) Теория Мак-Клелланда
- б) теория Маслоу
- в) теория Ф. Герцберга

15. Социологические методы управления основаны на

- а) правильном использовании экономических законов производства (планировании, использовании эффективной налоговой системы, рабочей силы, ценообразования)
- б) прямых директивных указаниях, власти, дисциплине, взысканиях
- в) способах мотивации общественного воздействия на людей через «мнение коллектива» (социальное планирование, партнерство, общение, переговоры)
- г) знании психологии человека, его внутреннего мира и известны как «метод убеждения» (внушение; убеждение, подражание; просьба)

16. Метод, при котором задачи решаются в условиях полной неопределенности (например, конфликтные задачи, анализ структур управления, конкурентной борьбы) называют

- а) мозговая атака
- б) метод теории вероятности

в) экспертный метод

17. Если проблему обсуждают специалисты, но решение формулируется руководителем и он же несет ответственность, это решение

- а) коллегиальное
- б) коллективное
- в) единоличное
- г) групповое

18. Решения, определяющие принципиальные аспекты развития предприятия, называются

- а) исполнительскими
- б) концептуальными
- в) стратегическими
- г) тактическими

19. На стадии окончательного принятия управленческого решения

- а) производится экономический анализ ситуации, сбор и обработка информации, формулируются проблемы
- б) осуществляется разработка возможных решений
- в) принимаются меры для конкретизации действий организации

20. Власть, основанная на авторитете и знаниях

- а) традиционная власть
- б) экспертная власть
- в) эталонная власть
- г) основанная на принуждении

21. Демократический стиль управления - это

- а) стиль прямых приказов, распоряжений, не допускающий каких-либо возражений со стороны подчиненного
- б) стиль, при котором руководитель не вмешивается в работу подчиненных, предоставляя им достаточную самостоятельность
- в) стиль, предусматривающий совокупность приемов руководства, основанных на широком привлечении сотрудников организации к процессу подготовки принятия решения

22. К административным способам управления конфликтами относят (выбрать варианты ответов)

- а) любые меры воспитательного характера
- б) силовое разрешение конфликта – подавление интересов конфликтующих сторон, перевод на другую работу
- в) приказ руководителя, решение суда
- г) беседа, просьба, убеждение, разъяснение требований к работе и неправомерных действий конфликтующих сторон

23. Стресс можно охарактеризовать как

- а) состояние дискомфорта, вызываемое непреодолимыми трудностями на пути к достижению цели
- б) состояние озлобленности, повышенной конфликтности в коллективе
- в) уровень конфликтности в коллективе
- г) результат отрицательных и положительных событий в личной жизни, в организации

24. Коммуникативность – это

- а) способность к общению

- б) сообщение, связь, путь сообщения
- в) процесс установки и развития контактов между людьми, включающий обмен 5

25. Тот, кто чувствует себя виноватым, нуждается в поддержке и одобрении, находится в состоянии

- а) «Я – родитель»
- б) «Я – взрослый»
- в) «Я – ребенок»

26. Конечной целью маркетинга является:

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

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

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

28. 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.

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

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

30. Группой товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов называется:

- а) товарная номенклатура;
- б) ассортиментная группа;
- в) товарный ассортимент.

31. Практикой установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены называется:

- а) стратегия проникновения на рынок;
- б) стратегия «снятия сливок»;
- в) стратегия следования за лидером.

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

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

33. Выступлением в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них занимается:

- а) недифференцированный маркетинг;
- б) массовый маркетинг;
- в) дифференцированный маркетинг.

34 .Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя - это

- а) система сбыта;
- б) каналы распределения;
- в) товародвижение.

35.Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:

- а) роста;
- б) зрелости;
- в) упадка.

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

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

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

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

38.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

39.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.

40 .Этап выведения товара фирмы на рынок обычно характеризуется:

- а) получением значительной прибыли;
- б) покрытием своих затрат;
- в) необходимостью нести определённые убытки.

Ответы к тестовому заданию

Вариант №1.		Вариант №2.	
1 – б	1 балл	1 – б	1 балл
2 – б ,г	1 балл	2 – б; г	1 балл
3 – в	1 балл	3 – б	1 балл
4 – 1-б; 2-а	1балл	4 – 1-б; 2 – а	1балл
5 – а	1 балл	5 – б	1 балл
6 – а	1 балл	6 – в	1 балл
7– в	1 балл	7 – б	1 балл
8 – б	1 балл	8 – а	1 балл
9 – б	1 балл	9 – а	1 балл
10 – а	1 балл	10 – в	1 балл

11 – б	1 балл	11 – а	1 балл
12 – мотивация	1 балл	12 – контроль	1 балл
13 – делегирование	1 балл	13 – полномочия	1 балл
14 – а	1 балл	14 – а	1 балл
15– б	1 балл	15 – в	1 балл
16 – в	1 балл	16 – б	1 балл
17 – в	1 балл	17 – а	1 балл
18 – а	1 балл	18 – б	1 балл
19 –а	1 балл	19 – в	1 балл
20 – в	1 балл	20 – б	1 балл
21 – б	1 балл	21 – в	1 балл
22 – б; г	1 балл	22 – б; в	1 балл
23 – в	1 балл	23 – г	1 балл
24 – б	1 балл	24 – а	1 балл
25 – в	1 балл	ТЗ 25 – в	1 балл
26 – а	1 балл	26 – б	1 балл
27 – а балл	1	27 – б	1 балл
28 – в балл	1	28 балл	– а
29 – б балл	1	29 – а	1 балл
30 – а балл	1	30 – б балл	1
31 – в	1 балл	31 – б балл	1
32 – б	1 балл	32 – б балл	1
33 – а	1 балл	33 – в	1 балл
34 – б балл	1	34 – в	1 балл
35 – в балл	1	35 – а балл	1
36 – а балл	1	36 – в	1 балл
37 – в балл	1	37 – в	1 балл
38 – в	1 балл	38 – б	1 балл
39 – б балл	1	39 – а	1 балл
40 – а	1 балл	40 – а балл	1

Критерии оценки:

«5» - 100% - 85% - 34 - 40 баллов - отлично

«4» - 84% - 70% - 28 - 33 баллов - хорошо

«3» - 69% - 50% - 20 – 27 баллов - удовлетворительно

«2» - менее 50% - 19 баллов - неудовлетворительно

За каждый правильный ответ – 1 балл

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Основные источники:

1. Драчева, Е.Л. Менеджмент: учебник для студ. ОУ СПО / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – 6-е изд., стер. – М.: Академия, 2020-288с.
2. Драчева, Е.Л. Менеджмент: Практикум ОУ СПО / Е.Л. Драчева, – 6-е изд., стер. – М.: Академия, 2019 - 304с.
3. Косьмин, А.Д. Менеджмент: учебник для студ. СПО / А.Д. Косьмин. – 4-е изд., – М.: Академия, 2019. – 208с.

Дополнительные источники:

1. Арутюнов В.В., Волковыцкий И.В., Кадария Ф.д., Шепелев Е.М. Управление персоналом. – Ростов н/Д: Феникс, 2020
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджментб: –СПб, 2019;
3. Карданская Н.Л. Основы принятия управленческих решений. – М.: Рус. Деловая лит.. 2019.
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М.: Ось-89, 2020;
5. Левина С.Ш. Практикум по курсу «Менеджмент». - Ростов н/Д: «Феникс»,

2019.

Интернет-ресурсы:

- Библиотека: Интернет-издательство / <http://www.magister.msk.ru/library/>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам / <http://window.edu.ru/window/library>

<http://www.mevriz.ru/>

<http://www.rjm.ru/>

<http://www.new-management.info/>

<http://www.top-manager.ru/>