

**Автономная некоммерческая профессиональная  
образовательная организация  
«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

Утверждено  
Учебно-методическим советом Колледжа  
протокол заседания  
№ 60 от 26.10.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТА И  
МАРКЕТИНГА  
(ОП.06)**

По специальности	<b>21.02.19 Землеустройство</b>
Квалификация	<b>Специалист по землеустройству</b>
Форма обучения	<b>Очная</b>
Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 29.09.2023.	

## **Лист согласования рабочей программы дисциплины**

Рабочая программа дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 21.02.19 «Землеустройство», утверждённым приказом Министерства просвещения РФ от 18 мая 2022 г. № 339.

Составитель (автор): Шосталь О.В.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета колледжа, протокол № 60 от 26.10.2023.

Регистрационный номер 243У/23

## Содержание

	стр.
1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	5
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
5. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	18
6. Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины	19
7. Основная и дополнительная учебная литература, и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины	19
8. Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимые для освоения дисциплины	20
9. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20
10. Приложение 1. Оценочные средства для проведения входного, текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и методические материалы по ее освоению	22

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» являются:

- получение теоретических знаний экономических закономерностей и экономических законов функционирования экономических субъектов в условиях рыночной экономики на микро- и макроуровне.
- на теоретическом уровне освоение правил экономического поведения экономических субъектов для достижения эффективного использования всегда ограниченных ресурсов общества с целью получения максимальной прибыли фирмы и дохода государства.
- формирование у обучающихся культуры экономического мышления для разработки стратегии экономической политики фирмы.
- изучение существующих организаций как объектов управления и отношений, возникающих между членами трудовых коллективов;
- приобретение первичных навыков по подготовке управленческих документов, установлению деловых взаимоотношений с внешней и внутренней средой организации;
- формирование профессиональных, деловых и личностных качеств будущего руководителя.
- ознакомление с основными понятиями маркетинга,
- научиться разрабатывать комплекс маркетинга для различного типа организаций,
- осознание необходимости маркетинговых исследований в работе современной организации.

Задачами освоения дисциплины являются формирование у обучающихся теоретических и практических знаний в виде системы понятий и соответствующих концепций, составляющих основу данной научной дисциплины, демонстрация их значимости для решения прикладных практических задач в профессиональной деятельности.

Результатами освоения рабочей программы учебной дисциплины является овладение студентами общих компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

Требования к формированию личностных результатов:

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 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 13. Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

ЛР 14. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими

людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.

ЛР 15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

ЛР 16. Проявляющий бережливость, добросовестность, аккуратность, ответственность (к поручению, материалам, базе, ресурсам и т.д.).

ЛР 18. Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии.

ЛР 19. Соблюдающий требования к охране труда и безопасности предприятий отрасли.

ЛР 20. Принимающий корпоративную культуру, ценности коллектива, предприятия, отрасли.

ЛР 21. Демонстрирующий желание к самообучению, профессиональному росту.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная программа дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» является частью образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 21.02.19 «Землеустройство», квалификация – «Специалист по землеустройству».

Дисциплина относится к общепрофессиональному циклу. Изучается на втором и третьем курсе в третьем, четвертом и пятом семестре.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В рамках изучения программы учебной дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» обучающийся должен:

### **уметь:**

- определять организационно-правовые формы организаций;
- планировать деятельность организации;
- определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации;
- заполнять первичные документы по экономической деятельности организации;
- рассчитывать по принятой методологии основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- 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 (по отраслям);
- проводить подобие маркетинговых исследований;
- опознавать целевые сегменты рынка, предугадывать поведение покупателей;
- определять какой товар в данный момент необходим на рынке;
- создавать стратегию маркетинга и применять ее на практике.

### **знать:**

- сущность организации как основного звена экономики отраслей;
- основные принципы построения экономической системы организации;
- управление основными и оборотными средствами и оценку эффективности их использования;
- организацию производственного и технологического процессов;
- состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации,
- показатели их эффективного использования;
- способы экономии ресурсов,
- энергосберегающие технологии;
- механизмы ценообразования, формы оплаты труда;
- основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета;
- аспекты развития отрасли, организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.
- 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.
- определение маркетинга, основные понятия, сущность маркетинга, виды маркетинга;
- комплекс маркетинга и его окружающую среду;
- как осуществляется сегментирование и выбор целевых сегментов, дифференцирование и позиционирование продуктов, как осуществляются маркетинговые исследования;
- поведение покупателей на потребительских и промышленных рынках;
- стратегический маркетинг, планирование в маркетинге.

**4. Объем, структура и содержание дисциплины с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

**4.1 Объем дисциплины**

Таблица 1 – Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины	Всего часов
Объем образовательной нагрузки	136
В том числе:	
контактная работа обучающихся с преподавателем	92
1. По видам учебных занятий:	

Теоретическое обучение	44
Практические занятия	46
Промежуточной аттестации обучающегося – зачет с оценкой	8
2. Самостоятельная работа обучающихся:	38
Подготовка к рубежному контролю	12
Подготовка к зачету	12
Подготовка к экзамену	14

#### 4.2 Структура дисциплины

Таблица 2 – Структура дисциплины

№ п/п	Тема дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Всего	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Вид контроля
					Лекции	Практ. зан.	СРС	
<b>Раздел 1. Основы экономики организации (III семестр)</b>								
1.	Тема 1.1. Организация (предприятие) – основное звено экономики	III	1-2	4	2	2	-	Входной контроль Текущий контроль
2.	Тема 1.2. Производственные фонды организации (предприятия)	III	2-3	4	2	2	-	Текущий контроль
3.	Тема 1.3. Кадры организации (предприятия) и оплата труда	III	4-5	6	2	4	-	Текущий контроль
4.	Тема 1.4. Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг)	III	6-7	10	2	4	4	Текущий контроль Рубежный контроль
5.	Тема 1.5. Прибыль и рентабельность организации (предприятия)	III	8-9	4	2	2	-	Текущий контроль
6.	Тема 1.6. Бизнес-планирование и его роль в деятельности организации (предприятия)	III	9-10	4	2	2	-	Текущий контроль

7.	Тема 1.7. Внешнеэкономическая деятельность организации (предприятия)	III	11-12	2	2	-	-	Текущий контроль
Промежуточная аттестация – зачет (2 часа)		III	13	8	-	-	6	Промежуточная аттестация
Итого (III семестр)				42	14	16	10	
Раздел 2. Основы менеджмента (IV семестр)								
8.	Тема 2.1. Сущность менеджмента.	IV	1-4	6	4	2	-	Входной контроль Текущий контроль
9.	Тема 2.2. Организации и управление ими.	IV	5-9	8	4	4	-	Текущий контроль
10.	Тема 2.3. Функции менеджмента.	IV	10-14	12	4	4	4	Текущий контроль Рубежный контроль
11.	Тема 2.4. Человек в организации.	IV	15-18	8	4	4	-	Текущий контроль
Промежуточная аттестация – зачет (2 часа)		IV	19	8	-	-	6	Промежуточная аттестация
Итого (IV семестр)				42	16	14	10	
Раздел 3. Основы маркетинга (V семестр)								
12.	Тема 3.1. Маркетинговая деятельность, основные понятия.	V	1-2	4	2	2	-	Входной контроль Текущий контроль
13.	Тема 3.2. Маркетинговый анализ рынка	V	3-4	4	2	2	-	Текущий контроль
14.	Тема 3.3. Маркетинговые исследования	V	5-6	4	2	2	-	Текущий контроль
15.	Тема 3.4. Товар и товарная политика	V	7-8	10	2	4	4	Текущий контроль Рубежный контроль
16.	Тема 3.5. Ценовая политика в маркетинге	V	9-11	4	2	2	-	Текущий контроль
17.	Тема 3.6. Сбытовая политика и организация товародвижения	V	12-13	4	2	2	-	Текущий контроль
18.	Тема 3.7. Коммуникационная политика	V	14	4	2	2	-	Текущий контроль
Промежуточная аттестация – экзамен (4 часа)		V		18	-	-	14	
Итого (IV семестр)				52	14	16	18	
<b>Всего</b>				<b>136</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>38</b>	



### 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

#### 4.3.1. Теоретические занятия - занятия лекционного типа

Таблица 6 – Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины, темы	Содержание	Кол-во часов	Виды занятий	Оценочное средство	Формируемый результат
<b>Раздел 1. Основы экономики организации (III семестр)</b>						
1.	Тема 1.1. Организация (предприятие) – основное звено экономики	Организация как хозяйствующий субъект. Задачи предприятия. Классификация предприятий. Организационно-правовые формы предприятий. Основные цели деятельности предприятий. Инфраструктура организации. Общая и производственная структура предприятия. Создание предприятий. Причины прекращения деятельности предприятий	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
2.	Тема 1.2. Производственные фонды организации (предприятия)	<b>Основные фонды организации.</b> Экономическая сущность основных фондов. Структура основных фондов. Среднегодовая стоимость основных фондов. Физический и моральный износ основных фондов. Виды оценки основных фондов. Методы оценки. Методы определения износа. Амортизация основных фондов. Показатели и пути улучшения использования основных фондов. <b>Оборотные средства.</b> Состав и классификация оборотных средств. Стадии кругооборота средств. Функция оборотных средств. Эффективное использование оборотных средств	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
3.	Тема 1.3. Кадры организации (предприятия) и оплата труда	Персонал организации. Количественная характеристика трудовых ресурсов (персонала) организации. Показатели использования кадров. Производительность труда. Основные показатели производительности труда: трудоемкость и выработка. Мотивация труда. Оплата труда работников. Фонд оплаты труда. ЕСН. Формы и системы оплаты труда	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21

4.	Тема 1.4. Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг)	Экономические и бухгалтерские издержки производства. Затраты на производство продукции. Производственная и полная себестоимость продукции. Структура себестоимости продукции (работ, услуг). Группировка затрат, входящих в состав себестоимости продукции (работ, услуг). Пути снижения затрат на производство	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
5.	Тема 1.5. Прибыль и рентабельность организации (предприятия)	Виды прибыли. Порядок формирования прибыли. Факторы, влияющие на величину прибыли. Налог на прибыль. Рентабельность. Показатели рентабельности	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
6.	Тема 1.6. Бизнес-планирование и его роль в деятельности организации (предприятия)	Основные этапы планирования. Содержание и структура бизнес-плана. Функции бизнес-плана. Производственная программа.	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
7.	Тема 1.7. Внешнеэкономическая деятельность организации (предприятия)	Внешнеэкономическая деятельность организации. Формы внешнеэкономической деятельности. Порядок организации внешнеэкономической деятельности	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
<b>Раздел 2. Основы менеджмента (IV семестр)</b>						
8.	Тема 1. Сущность менеджмента.	Экономические преобразования в России и рост интереса к менеджменту. Понятие «бизнес», «предпринимательство», «менеджмент». Управление и его элементы. История развития управленческой мысли. Характерные черты современного менеджмента. Виды менеджмента.	4	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	Тест	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
9.	Тема 2. Организации и управление ими.	Сущность организации. Жизненный цикл организации. Виды организаций и управление ими. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры и их виды. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.	4	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	Тест	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21

10.	Тема 3. Функции менеджмента.	Функции менеджмента. Планирование, система планов организации. Понятие о стратегии. Бизнес-план. Организовывание и решаемые им задачи. Теории содержания и процесса мотивации. Экономические и неэкономические стимулы в деятельности людей. Управленческий контроль: этапы и виды контроля. Функция координации: управленческая информация, процесс разработки и виды управленческих решений.	4	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	Тест	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
11.	Тема 4. Человек в организации.	Основы власти. Лидер и менеджер. Психологические типы работников. Формы влияния на подчиненных. Стили управления. Самоменеджмент.	4	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
<b>Раздел 3. Основы маркетинга (V семестр)</b>						
12.	Тема 3.1. Маркетинговая деятельность, основные понятия.	Социально-экономическая сущность маркетинга. Основные понятия, определения. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Характеристика моделей рынка. Структура современного маркетинга. Концепции управления маркетингом. Основные элементы маркетинга. Состояние спроса и типы маркетинга. Функции маркетинга. Анализ рыночных возможностей. Выбор перспективного целевого рынка. Разработка комплекса маркетинга.	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
13.	Тема 3.2. Маркетинговый анализ рынка	Анализ структуры рынка, товара компании, целевого сегмента, потребителей, цен, свободных ниш, конкурентов.	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
14.	Тема 3.3. Маркетинговые исследования	Предварительные вопросы организации и проведения исследований рынка. Сбор и анализ вторичной информации. Качественные методы. Количественные методы.	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21

15.	Тема 3.4. Товар и товарная политика	<p>Определение товара и основные виды классификаций товаров</p> <p>Товарные марки</p> <p>Роль упаковки товара и его маркировка.</p> <p>Формирование товарного ассортимента.</p> <p>Разработка новых товаров. Жизненный цикл товара</p>	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
16.	Тема 3.5. Ценовая политика в маркетинге	<p>Сущность, цели и роль ценовой политики. Сущность рыночного ценообразования. Структура цены. Функции цены в условиях рыночной экономики. Роль ценообразования в комплексе маркетинга. Внутренние и внешние факторы, влияющие на ценовую политику и ценообразование.</p> <p>Методы ценообразования. Определение цены на основе издержек производства. Методы учета рыночной конъюнктуры. Цены в условиях конкуренции. Маркетинговые стратегии цен.</p> <p>Причины и условия изменения текущих цен. Реакция субъектов маркетинговой системы на изменение цен.</p>	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
17.	Тема 3.6. Сбытовая политика и организация товародвижения	<p>Сущность и функции товародвижения и каналов сбыта</p> <p>Управление каналами сбыта</p>	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
18.	Тема 3.7. Коммуникационная политика	<p>Маркетинговые коммуникации</p> <p>Реклама, стимулирование сбыта и публичных релейшенз</p> <p>Личные продажи и прямой маркетинг</p>	2	лекция – дискуссия / лекция – визуализация	устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13- 16, 18-21
<b>Всего</b>			<b>44</b>			

### 4.3.2. Занятия семинарского типа

Таблица 7 – Содержание практического (семинарского) курса

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
<b>Раздел 1. Основы экономики организации (III семестр)</b>					
1.	<i>Практическое занятие № 1.</i> Понятие «экономика организации (предприятия)» Организация (предприятие) – основное звено экономики Инфраструктура организации. Общая и производственная структура предприятия.	2	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
2.	<i>Практическое занятие № 2.</i> Производственные фонды организации (предприятия) Функция оборотных средств. Эффективное использование оборотных средств	2	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
3.	<i>Практическое занятие № 3.</i> Кадры организации (предприятия) и оплата труда <i>Практическое занятие № 4.</i> Фонд оплаты труда. ЕСН. Формы и системы оплаты труда	4	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
4.	<i>Практическое занятие № 5.</i> Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг) <i>Практическое занятие № 6.</i> Группировка затрат, входящих в состав себестоимости продукции (работ, услуг). Пути снижения затрат на производство	4	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
5.	<i>Практическое занятие № 7.</i> Прибыль и рентабельность организации (предприятия) Рентабельность. Показатели рентабельности	2	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21

6.	<i>Практическое занятие № 8.</i> Бизнес-планирование и его роль в деятельности организации (предприятия) Производственная программа.	2	Практикум	Устный опрос Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
<b>Раздел 2. Основы менеджмента (IV семестр)</b>					
7.	<b>Тема 1. Сущность менеджмента.</b> <i>Практическое занятие № 1.</i> Семинар на тему: «Основные идеи различных школ менеджмента, существовавших в России и за рубежом». Тестовая контрольная работа по теме	2	Практикум	Дискуссия Письменный опрос в форме теста	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
8.	<b>Тема 2. Организации и управление ими.</b> <i>Практическое занятие № 2.</i> «Характеристика коммерческих организаций». «Основные действия руководителя на различных стадиях развития организации». <i>Практическое занятие № 3.</i> Тестовая контрольная работа по теме.	2	Практикум	Практическая задача  Письменный опрос в форме теста	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
		2	Практикум		
9.	<b>Тема 3. Функции менеджмента.</b> <i>Практическое занятие № 4.</i> Анализ среды организации. Миссия и цели организации. <i>Практическое занятие № 5.</i> Планирование в организации. Тестовая контрольная работа по теме.	2	Практикум	Практическая задача Письменный опрос в форме теста	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
		2	Практикум		
10.	<b>Тема 4. Человек в организации</b> <i>Практическое занятие № 6.</i> Сущность теорий лидерских качеств. Характеристика основных типов лидеров. <i>Практическое занятие № 7.</i> Стили управления. Тестовая контрольная работа по теме.	2	Практикум	Практическая задача  Письменный опрос в форме теста	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
		2	Практикум		

<b>Раздел 3. Основы маркетинга (V семестр)</b>					
11.	<b>Тема 1. Маркетинговая деятельность, основные понятия</b> <i>Практическое занятие 1.</i> Ситуационная задача «Маркетинговая концепция страховой компании». Ситуационная задача «Переход компании на маркетинговую концепцию». Ситуационная задача «Маркетинг высокотехнологических услуг».	2	Конкретная ситуация	Устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
12.	<b>Тема 2. Маркетинговый анализ рынка</b> <i>Практическое занятие 2.</i> Расчёт рыночной доли организации Определение потенциальной ёмкости рынка в натуральном выражении Определение ёмкости рынка в стоимостном выражении Факторы, определяющие поведение потребителей Выбор критериев сегментирования Построение карты позиционирования	2	Практикум	Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
13.	<b>Тема 3. Маркетинговые исследования</b> <i>Практическое занятие 3.</i> Составление анкеты Определение объема выборки Исследование рынка сети продовольственных магазинов. Составление плана маркетингового исследования. Оформление результатов маркетингового исследования.	2	Практикум  Конкретная ситуация	Решение задач  Устный опрос	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
14	<b>Тема 4. Товар и товарная политика</b> <i>Практическое занятие 4.</i> Стоимость торговой марки Выполнение плана выпуска продукции Управление ассортиментом на основе АВС-анализа <i>Практическое занятие 5.</i> Рубежный контроль	2    2	Практикум   Письменная работа	Решение задач   Контрольная работа	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21

15.	<b>Тема 5. Ценовая политика в маркетинге</b> <i>Практическое занятие 6</i> Определение среднегодовой цены товара Определение цены в рамках товарной номенклатуры Эластичность спроса на товар Определение структуры отпускной цены товара Определение структуры розничной цены товара Определение отпускной цены на основе анализа безубыточности	2	Практикум	Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
16.	<b>Тема 6. Сбытовая политика и организация товародвижения</b> <i>Практическое занятие 7</i> Характеристика канала распределения Выбор оптимального варианта хранения товара Определение оптимального размера заказа Определение оптимального размера заказа с учетом скидки на количество Выбор канала распределения с учетом объема продаж Определение оптимального числа торговых представителей компании	2	Практикум	Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
17.	<b>Тема 7. Коммуникационная политика</b> <i>Практическое занятие 8</i> Краткосрочный экономический эффект от рекламы Эффективность рекламной кампании Выбор рекламного носителя Расчёт бюджета стимулирования на основе целей маркетинга	2	Практикум	Решение задач	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
<b>Всего</b>		<b>46</b>			



### 4.3.3. Самостоятельная работа

Таблица 8 – Задания для самостоятельного изучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Оценочное средство*	Формируемый результат**
1.	Подготовка к рубежному контролю	12	Контрольная работа	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
2.	Подготовка к зачету.	12	Зачет	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
3.	Подготовка к экзамену	14	Экзамен	ОК 01 ЛР 4, 7, 9, 10, 13-16, 18-21
<b>Всего</b>		<b>38</b>		

## **5. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

### **5.1. Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» используются следующие образовательные технологии:

1) Технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума.

2) Интерактивные технологии: Лекция «обратной связи» (лекция – дискуссия)

3) Информационно-коммуникационные образовательные технологии: Лекция-визуализация

4) Инновационные методы, которые предполагают применение информационных образовательных технологий, а также учебно-методических материалов, соответствующих современному мировому уровню, в процессе преподавания дисциплины:

- использование медиа ресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;

- решение юридических, экономических (других) задач с применением справочной системы, «Консультант +»;

- консультирование студентов с использованием электронной почты;

- использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний обучающихся.

### **5.2 Лицензионное программное обеспечение:**

В образовательном процессе при изучении дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение:

операционные системы	MS Windows 10 Professional SP1 MS Windows 7 Professional SP1 MS Windows Server 2016 Standard
офисные программы	MS Office 2013 Standart MS Project 2013 Adobe Acrobat 11
базы данных	MS Access 2013
антивирусные пакеты	AVP Kaspersky Endpoint Security 11
система тестирования	INDIGO

### **5.3. Современные профессиональные базы данных**

В образовательном процессе при изучении дисциплины используются следующие современные профессиональные базы данных:

1. «Университетская Библиотека Онлайн» - <https://biblioclub.ru/>.

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <http://www.elibrary.ru/>

## 5.4 Информационные справочные системы:

Изучение дисциплины сопровождается применением информационных справочных систем:

1. Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор № ИП20-92 от 01.03.2020).

## 6. Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе ее освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в АНПО «ККУ», утвержденным приказом директора от 03.02.2020 г. № 31 о/д и включает в себя системы оценок:

- 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;
- 2) «зачтено», «не зачтено».

При разработке оценочных средств преподавателем используются базы данных педагогических измерительных материалов, предоставленных ООО «Научно-исследовательский институт мониторинга качества образования».

## 7. Основная и дополнительная учебная литература, и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

### 7.1. Основная учебная литература

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст: электронный.

2. Баландина, О.В. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования: [12+] / О.В. Баландина, Н.В. Локтюхина, С.А. Шапиро. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 253 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371>. – Библиогр.: с. 247-250. – ISBN 978-5-4499-0613-7. – DOI 10.23681/574371. – Текст: электронный.

3. Дорофеева, Л.И. Основы теории управления: учебник и практикум для среднего профессионального образования и бакалавриата: [16+] / Л.И. Дорофеева. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 424 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570832>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0429-4. – DOI 10.23681/570832. – Текст: электронный.

4. Неяскина, Е.В. Экономика организаций (предприятий): учебник для СПО: [12+] / Е.В. Неяскина, О.В. Хлыстова. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 311 с.: ил, табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575464>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0803-2. – Текст: электронный.

5. Чернопяттов, А. М. Маркетинг: учебник: [16+] / А. М. Чернопяттов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>. – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст: электронный.

## 7.2. Дополнительная учебная литература

1. Акмаева, Р.И. Менеджмент: учебник: [16+] / Р.И. Акмаева, Н.Ш. Епифанова, А.П. Лунев. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 442 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491959>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9631-6. – DOI 10.23681/491959. – Текст: электронный.

2. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) : учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 370 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01688-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114137>.

## 8. Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> - электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE».

2. <http://lib.usue.ru> – Информационно библиотечный комплекс

3. <http://www.economy.gov.ru/> - Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли.

4. <http://www.eLIBRARY.RU> - научная электронная библиотека

5. <http://www.knigafund.ru> -Электронная библиотека студента «КнигаФонд»

6. <http://www.minfin.ru/ru/> - Официальный сайт Министерства финансов Р.Ф.

7. <https://i-exam.ru/> - Единый портал интернет-тестирования в сфере образования

8. <https://www.eg-online.ru/> - Официальный сайт газеты Экономика и жизнь.

## 9. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины используется любая мультимедийная аудитория. Мультимедийная аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из:

мультимедийного проектора,

проекторного экрана,

акустической системы,

персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор не ниже 1.6.GHz, оперативная память – 1 Gb, интерфейсы подключения: USB, audio, VGA.

Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть «Интернет».

Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС СПО.

Приложение 1  
к рабочей программе дисциплины  
«Основы экономики организации,  
менеджмента и маркетинга» (ОП.06)

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ВХОДНОГО,  
ТЕКУЩЕГО, РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ И  
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ЕЕ ОСВОЕНИЮ**

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТА И  
МАРКЕТИНГА (ОП.06)**

По специальности	<b>21.02.19 Землеустройство</b>
Квалификация	<b>Специалист по землеустройству</b>
Форма обучения	<b>очная</b>

Калининград

## **6.1. Оценочные средства по итогам освоения дисциплины**

### **6.1.1. Цель оценочных средств**

**Целью оценочных средств** является установление соответствия уровня подготовленности обучающегося на данном этапе обучения требованиям рабочей программы по дисциплине «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга».

**Оценочные средства** предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

**Комплект оценочных средств** включает контрольные материалы для проведения всех видов контроля в форме устного опроса, практических занятий и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету и экзамену.

**Структура и содержание заданий** – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга».

### **6.1.2. Объекты оценивания – результаты освоения дисциплины**

**Объектом оценивания** является теоретические и практические знания в виде системы понятий и соответствующих концепций, составляющих основу данной научной дисциплины, демонстрация их значимости для решения прикладных практических задач в профессиональной деятельности.

**Результатами освоения** дисциплины являются:

Умения:

У1 - определять организационно-правовые формы организаций;

У2 - планировать деятельность организации;

У3 - определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации;

У4 - заполнять первичные документы по экономической деятельности организации;

У5 - рассчитывать по принятой методологии основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У6 - находить и использовать необходимую экономическую информацию;

У7 - планировать и организовывать работу подразделения;

У8 - формировать организационные структуры управления;

У9 - разрабатывать мотивационную политику организации;

У10 - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

У11 - принимать эффективные решения, используя систему методов управления;

У12 - учитывать особенности менеджмента (по отраслям);

У13 - проводить подобие маркетинговых исследований;

У14 - опознавать целевые сегменты рынка, предугадывать поведение покупателей;

У15 - определять какой товар в данный момент необходим на рынке;

У16 - создавать стратегию маркетинга и применять ее на практике.;

Знания:

З1 - сущность организации как основного звена экономики отраслей;

З2 - основные принципы построения экономической системы организации;

З3 - управление основными и оборотными средствами и оценку эффективности их использования;

З4 - организацию производственного и технологического процессов;

З5 - состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации,

- 36 - показатели их эффективного использования;
- 37 - способы экономии ресурсов,
- 38 - энергосберегающие технологии;
- 39 - механизмы ценообразования, формы оплаты труда;
- 310 - основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета;
- 311 - аспекты развития отрасли, организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.
- 312 - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- 313 - внешнюю и внутреннюю среду организации;
- 314 - цикл менеджмента;
- 315 - процесс принятия и реализации управленческих решений;
- 316 - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- 317 - систему методов управления;
- 318 - методику принятия решений;
- 319 - стили управления, коммуникации, деловое общение.
- 320 - определение маркетинга, основные понятия, сущность маркетинга, виды маркетинга;
- 321 - комплекс маркетинга и его окружающую среду;
- 322 - как осуществляется сегментирование и выбор целевых сегментов, дифференцирование и позиционирование продуктов, как осуществляются маркетинговые исследования;
- 323 - поведение покупателей на потребительских и промышленных рынках;
- 324 - стратегический маркетинг, планирование в маркетинге.

### **6.1.3. Формы контроля и оценки результатов освоения**

Контроль и оценка результатов освоения – это выявление, измерение и оценивание знаний, умений и уровня владений формирующихся компетенций в рамках освоения дисциплины. В соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» предусматривается входной, текущий, периодический и итоговый контроль результатов освоения.

**6.1.4. Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений (или опыта деятельности), в процессе освоения дисциплины (модуля, практики), характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга».**

## **РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения входного контроля.**

1. Хозяйственный строй общества, совокупность производственных отношений называется
  - 1) производством
  - 2) экономикой
  - 3) обществом
  - 4) организацией
2. Продукты питания, жилье, одежда, средства транспорта – это.....блага
  - 1) социальные



- 2) духовные
- 3) вещественные
- 4) предметные
- 5) материальные
3. Представленная на рынке потребность в товарах и услугах, обеспеченная покупательной способностью называется
  - 1) производством
  - 2) предложением
  - 3) спросом
  - 4) обменом
  - 5) торговлей
4. Самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли называется
  - 1) предприятием
  - 2) государством
  - 3) холдингом
5. Фактор производства, основной целью которого является получение максимальной прибыли – это...
  - 1) труд
  - 2) земля
  - 3) предпринимательство
  - 4) капитал
  - 5) человек
6. Промышленность, сельское хозяйство, строительство относятся к отраслям,...
  - 1) создающим материальные услуги
  - 2) оказывающим материальные услуги
  - 3) оказывающим нематериальные услуги
  - 4) создающим нематериальные блага
7. Совокупность всех физических и умственных способностей людей, которые они применяют в производстве называется...
  - 1) производством
  - 2) отдыхом
  - 3) обменом
  - 4) интеллектом
  - 5) трудом
8. Сумма денег, которую покупатель уплачивает продавцу за приобретаемый товар, называется...
  - 1) ценой
  - 2) облигацией
  - 3) процентом
  - 4) рентой
  - 5) заработной платой
9. Затраты на приобретение факторов производства - это...
  - 1) прибыль
  - 2) издержки
  - 3) эффективность
  - 4) цена
  - 5) доход
10. Земля, как экономический ресурс приносит доход в виде...
  - 1) ренты
  - 2) процента
  - 3) заработной платы
  - 4) прибыли
  - 5) знаний
11. Метод конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами, а достижение более высокого качества, называется....конкуренцией
  - 1) ценовой
  - 2) монополистической
  - 3) неценовой
  - 4) качественной
12. Если человек в трудоспособном возрасте не работает, он является безработным. Это утверждение...
  - 1) неверно

- 2) верно  
 3) верно в том случае, если человек активно ищет работу  
 4) верно в том случае, если этот человек не учится по очной форме обучения
13. Покупательная способность денег ...  
 1) уменьшается во время дефляции  
 2) уменьшается во время инфляции  
 3) увеличивается во время инфляции  
 4) не связана ни с инфляцией, ни с дефляцией
14. Денежно-кредитная политика осуществляется...  
 1) государством  
 2) Центральным банком  
 3) экономическими субъектами  
 4) все перечисленное
15. Документ, в котором формируются задачи деятельности фирмы, дается их обоснование, определяются пути достижения, необходимые средства и конечные финансовые показатели работы, называется...  
 1) бухгалтерским балансом  
 2) отчетом о финансовых результатах  
 3) бизнес-планом  
 4) все вышеперечисленное

### Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля

#### Примерные (типовые) задачи

##### Задача №1

Определить среднегодовую стоимость основных средств с помощью предоставленных данных.

Данные для решения: Стоимость на начало года: 15 000 тыс. рублей. Стоимость введенных ОС: март - 200 тыс. рублей. июнь - 150 тыс. рублей. август - 250 тыс. рублей. Стоимость выбывших ОС: февраль - 100 тыс. рублей. октябрь - 300 тыс. рублей.

Решение: формулы по экономике для решения задач нам здесь пригодились. Рассчитываем  $C_{сг} = (C_{нг} - C_{кг})/2$ .  
 $C_{нг} = 15\ 000$  тыс. рублей;

$C_{кг} = 15\ 000 + 200 + 150 + 250 - 100 - 300 = 15\ 200$  тыс. рублей.

Тогда  $C_{сг} = (15000 + 15200)/2 = 15\ 100$  тыс. рублей.

Однако мы получили не очень точный результат, так как ввод-вывод ОС был в течение года неравномерным.

Попробуем рассчитать  $C_{сг}$  по первой формуле:  $C_{сг} = C_{п} + C_{вв} * ЧМ/12 - C_{л} * (12 - М)/12 = 15\ 000 + (200 * 9/12 + 150 * 6/12 + 250 * 4/12) - (100 * 10/12 + 300 * 2/12) = 15\ 175$  тыс. рублей.

##### Задача №2:

Изначальная стоимость некоторых объектов на 1 января была равна 160 тыс. руб., а время фактической эксплуатации – 3 года. Требуется рассчитать остаточную стоимость и коэффициент износа на эту же дату, при условии, что амортизация будет начисляться линейным способом. Срок службы объектов основных средств считать равным 10 годам.

Решение: Коэффициент износа - сумма амортизации за всё время (то есть 3 года). Итак, рассчитаем амортизацию линейным способом:  $A = C_{перв} * \text{Наморт}/100$ .

Находим норму амортизации:  $\text{Наморт} = (1/T) * 100\% = (1/10) * 100\% = 10\%$ . Тогда  $A = 160 * 10/100 = 16$  тыс. рублей.

Так как считаем сумму амортизации за каждый год одинаковой, то коэффициент износа за три года равен:  $I = 3 * 16 = 48$  тыс. рублей.

##### Задача №3

Вычислить численность трудоспособного населения на конец года, если за текущий год имеются данные: число населения трудоспособного возраста в начале года – 60 млн. чел.; численность погибших людей в трудоспособном возрасте – 0,25 млн. чел.; количество молодых людей, достигших в текущем году трудоспособного возраста – 2,5 млн. чел.; численность лиц, ушедших на пенсию в текущем году – 1,5 млн. чел.

Решение. Итак, применим формулу, которую мы описали выше -  $Ч_{конец} = Ч_{начало} + Ч_1 - Ч_2 - Ч_3 = 60 + 2,5 - 0,25 - 1,5 = 60,75$  млн. человек.

##### Задача №4

Определить годовую выработку работника.

Показатель	Базисный период	Отчётный период
Валовая продукция, тыс. ден. един.	3800	3890
Численность работающих, чел.	580	582
Удельный вес рабочих в численности		

работающих	82,4	82,0
Количество отработанных тысяч чел-дней	117	114,6
Количество отработанных тысяч чел-часов	908,6	882,4

Выше мы обсуждали формулу для решения этой задачи. Теперь пора её применить:  $V_{год.раб.} = V_{час.раб.} * t * T * U_{в.раб.}$

Найдём по порядку все величины.

Выработка рабочего за час равна отношению выпущенной валовой продукции к количеству отработанных человеко-часов, т.е.  $V_{час.раб.} = 3800/908,6 = 4,2$ .

Чтобы узнать среднее время рабочего дня, нам нужно разделить количество отработанных человеко-часов на число человеко-дней. Тогда  $t = 908,6/117 = 7,8$  часов. Теперь осталось найти коэффициент  $T$ , который означает продолжительность рабочего года и вычисляется как отношение отработанных тысяч чел-дней к числу рабочих.

Чтобы узнать количество рабочих, нам необходимо умножить их удельный вес на общую численность персонала. После этого нетрудно записать формулу:  $T = 117 * 1000 / (580 * 0,824) = 244,8$  дня.

Сейчас нам просто нужно подставить все значения в формулу. Получаем:  $V_{год.раб.} = 4,2 * 7,8 * 244,8 * 0,824 = 6608,2$  ден.един./чел.

#### Задача №5

Себестоимость единицы продукции в базовом периоде – 90 руб. Объем реализации в базовом периоде 2000 штук изделий. Условно-постоянные расходы в базовом периоде составляли 35 % валовой себестоимости. Как изменится себестоимость единицы продукции, если объем реализации увеличится на 20 %.

Решение

$S$  – себестоимость единицы продукции;

Собщ. – себестоимость общая;

$V_{р.п}$  – объем реализованной продукции;

Собщ.б. =  $S * V_{р.п}$  б = 90руб. · 2000шт. = 180000 руб.

Сус.-пост. = 180000руб. · 0,35 = 63000 руб.

Сус.-пер. = (180000руб.- 63000руб.) / 2000 = 58,5 руб.

$V_{р.п}$  пл. =  $V_{р.п}$  б +  $\Delta V_{р.п}$  = 2000шт. + 2000·0,2 = 2400 шт.

Собщ.пл.=58,5руб. · 2400шт.+63000руб.= 203400 руб.

Спл. = Собщ.пл /  $V_{р.п}$  пл = 203400 / 2400 = 84,75 руб.

$\Delta S = S_{пл.} - S_{б.} = 84,75 - 90 = - 5,25$  руб.

Ответ: себестоимость единицы продукции снизится на 5,25 руб.

#### Задача №6

Определить себестоимость изделия после проведения организационно-технических мероприятий, в результате которых расход материалов снизился на 4 %, цены на сырье и материалы выросли на 2 %, производительность труда выросла на 4 %, а зарплата - на 1.5 %. Удельный вес зарплаты в себестоимости - 18%, затрат на сырье и материалы — 45 %.  $C1$  баз = 1000руб

Решение

% $\Delta C_{м}$  - изменение расхода материала

% $\Delta C_{цм}$  - изменение цены материала

% $\Delta Пт$  - изменение производительности труда

% $\Delta C_{зп}$  – изменение заработной платы

%Сз.п.б –удельный вес заработной платы в себестоимости

%См.б - удельный вес расходов на сырье и материалы в себестоимости

$C1б$  =стоимость единицы изделия

$C_{м.п} = C_{м.б} (1 - \% \Delta C_{м} / 100)(1 + \% \Delta C_{цм} / 100)$

$C_{м.б} = 1000 * 0,45 = 450$  руб.

$C_{м.п} = 450(1 - 0,04)(1 + 0,02) = 440,64$  руб.

$C_{зпп} = C_{з.п.б} (1 - \% \Delta C_{пт} / 100)(1 + \% \Delta C_{зп} / 100)$

$C_{зпб} = 1000 * 0,18 = 180$  руб.

$C_{зпп} = 180(1 - 0,04)(1 + 0,015) = 175,39$  руб.

$C1 = C_{м} + C_{зп} + C_{проч}$

$C_{проч} = 1000 - 450 - 180 = 370$  руб.

$C1п = 440,64 + 175,39 + 370 = 986,03$  руб.

Ответ: себестоимость изделия после проведения организационно-технических мероприятий составит 986,03 руб.

#### Задача №7

Основная продукция промышленного предприятия должна составить за плановый год 520 млн. руб., стоимость работ промышленного характера на сторону – 55 млн. руб. В этом периоде намечено изготовить

полуфабрикатов на 50 млн. руб., причем половина будет реализована на сторону. Объем незавершенного производства составит 3,8 млн. руб. Определить объем валовой и товарной продукции.

Решение

Тп – товарная продукция

Вп – валовая продукция

$T_p = 520 + 55 + 50 \cdot 0,5 = 600$  млн. руб.

$V_p = 600 + 3,8 = 603,8$  млн. руб.

Ответ: товарная продукция составляет 600 млн. руб.; валовая продукция составляет 603,8 млн. руб.

#### Задача №8

Чистый вес изделия – 48 кг стали. Коэффициент использования металла составляет 0,72. В результате нового технологического процесса коэффициент использования стали составил 0,75. Определите норму расхода стали на изделие до и после внедрения нового технологического процесса и экономии в денежном выражении, если выпускается тысяча изделий, а цена одного кг стали составляет 80 руб.

Решение

Чв.м. – чистый вес металла в изделии;

Ки – коэффициент использования металла;

Эм – экономия материала;

Нрасх – норма расхода материала;

Нд.расх. – норма расхода материала по действующей технологии;

Н.пл.расх. – норма расхода материала по новой технологии;

Рд.м. – расход материала по действующей технологии;

Рпл.м. – расход материала по новой технологии;

Эст – планируемая экономия в стоимостном выражении.

$N_{расх} = Чв.м. / Ки$

$N_{д.расх} = 48 / 0,72 = 66,67$  кг.

$N_{пл.расх} = 48 / 0,75 = 64$  кг.

$R_{д.м.} = 66,67 \text{ кг} \cdot 1000 = 66670$  кг

$R_{пл.м.} = 64 \cdot 1000 = 64000$  кг.

$Эм = R_{д.м.} - R_{пл.м.} = 66670 - 64000 = 2670$  кг.

$Эст = 2670 \cdot 80 = 213600$  руб.

Ответ: норма расхода стали на изделие до внедрения нового технологического процесса составляла 66,67 кг.; после внедрения - 64 кг.; в результате внедрения новой технологии экономия составит 213600 руб.

### Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения рубежного контроля

#### 1 вариант.

##### 1. Под кооперированием производства понимают ...

а) Производственные связи между предприятиями, находящимися на одной территории с привлечение посредников

**б) Прямые производственные связи между предприятиями, участвующими в совместном изготовлении определенной продукции**

в) Прямые производственные связи между поставщиками, товаропроизводителями и потребителями

г) Прямые торговые связи между товаропроизводителями, расположенными в различных регионах мира

д) Оперативные взаимосвязи между поставщиком и товаропроизводителем

##### 2. Функции планирования

а) Уточняющая

б) Обобщающая

**в) Распределительная**

г) Адаптивная

д) Координационная

**е) Организующая**

ж) Стабилизирующая

з) Объективная

##### 3. Предпринимательская деятельность – это ...

а) Мобильность, динамичность и необходимость действий в условиях неопределенности

б) Система норм, определяющая внутренние отношения между партнерами по предприятию, с одной стороны, и отношения этого предприятия с другими предприятиями и государственными органами – с другой

в) Система отношений между субъектами по поводу присвоения и отчуждения объектов

**г) Инициативная, самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой риск, под свою имущественную ответственность и направленная на получение прибыли**

##### 4. Виды вспомогательных производств и хозяйств

- а) Заготовительное
- б) Обрабатывающее
- в) Сборочно-монтажное
- г) Сварочное
- д) Ремонтное

**5. Отрасль – это ...**

- а) Часть территории страны, специализирующаяся на производстве определенного вида продукции и технологических процессах
- б) **Часть экономики страны, область производственно-экономической деятельности, в которую входят объекты, обладающие единством выполняемых функций, видов и назначения выпускаемой продукции, применяемых технологических процессов**
- в) Часть экономики страны, область интересов определенного круга потребителей, состоящая из предприятий и организаций, занимающихся выпуском определенного вида продукции с использованием примерно одинаковых технологий и технологических процессов
- г) Часть экономики региона, области или города, состоящая из группы предприятий, обладающих единством выполняемых функций и технологических процессов для выпуска аналогичных видов продукции, предназначенных для определенного круга потребителей
- д) обособленная группа предприятий и организаций, руководители которых считают, что они являются отраслью экономики

**6. Основные средства – это ...**

- а) Совокупность средств труда, функционирующих в сфере материального производства в неизменной натуральной форме в течение длительного времени и переносящих свою стоимость на вновь созданный продукт за один производственный цикл
- б) Совокупность материально-вещественных ценностей, созданных общественным трудом, действующих в течение длительного периода времени в непродуцированной сфере и утрачивающих свою стоимость постепенно по мере износа
- в) **Часть имущества, используемого в качестве средств труда для производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) или для управления организацией**

**7. Какие исходные данные нужны для расчета численности рабочих-сдельщиков определенной профессии?**

- а) Трудоемкость определенного вида работ по каждому виду продукции
- б) Выпуск продукции в натуральном выражении
- в) **Выпуск по каждому виду продукции в натуральном выражении за определенный период времени**
- г) Трудоемкость определенного вида продукции

**8. Какие факторы влияют на уровень заработной платы?**

- а) Совершенство применяемых форм оплаты труда
- б) Минимальный размер оплаты труда
- в) **Квалификация работника**
- г) Социальная политика правительства

**9. Какие из перечисленных элементов стимулирования относятся к группе индивидуальных не денежных трудовых стимулов?**

- а) Охрана труда
- б) Долевое участие в прибыли
- в) **Самореализация**
- г) Отгулы

**10. Какие применяются показатели производительности труда?**

- а) Показатели снижения производительности труда
- б) **Показатели роста производительности труда**
- в) **Показатели уровня производительности труда**
- г) **Показатели темпов роста производительности труда**

**11. Какие существуют показатели индивидуальной производительности труда?**

- а) Годовая выработка основного рабочего
- б) **Дневная выработка основного рабочего**
- в) **Месячная выработка основного рабочего**
- г) **Часовая выработка основного рабочего**

**12. Какие исходные данные нужны для расчета численности рабочих повременщиков?**

- а) **Норма обслуживания**
- б) Количество рабочих мест
- в) Норма времени
- г) **Количество точек обслуживания**

**13. Какие элементы включает тарифная система?**

- а) Системы оплаты труда
- б) **Тарифные сетки**

- в) **Тарифно-квалификационные справочники**
  - г) **Тарифные ставки**
- 14. Закупочные цены используются для ...**
- а) Реализации сельхозпродукции населению
  - б) Реализации промышленной продукции компаниям
  - в) Скупки сырья и материалов у предприятий
  - г) **Реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и предприятиям в больших объёмах**
- 15. Какие существуют разновидности сдельной формы оплаты труда?**
- а) **Сдельно-прогрессивная**
  - б) **Сдельно-премиальная**
  - в) **Прямая сдельная**
  - г) Бестарифная
- 16. По каким объектам определяются показатели локальной производительности труда?**
- а) По хозяйству страны в целом
  - б) **По отраслям промышленности**
  - в) По отраслям хозяйства
  - г) **По отдельным предприятиям**
- 17. Под понятием «калькуляция» в экономике понимается исчисление ...**
- а) **Себестоимости единицы продукции по установленной номенклатуре затрат**
  - а) цены единицы продукции
  - б) Удельного дохода, приходящегося на единицу продукции
  - в) Предельного дохода, приходящегося на единицу продукции
  - г) Предельных издержек по установленной номенклатуре затрат
- 18. Показатель, более полно отражающий эффективность использования капиталовложений – рентабельность ...**
- а) Продукции
  - б) Производства
  - в) Продаж
  - г) Персонала
  - д) **Инвестиций**
- 19. Амортизация основных фондов – это:**
- а) Износ основных фондов
  - б) **Процесс перенесения стоимости основных фондов на себестоимость изготавливаемой продукции**
  - в) Восстановление основных фондов
  - г) Расходы по содержанию основных фондов
- 20. Показатель фондоотдачи характеризует:**
- а) **Размер объема товарной продукции, приходящейся на 1 руб. основных производственных фондов**
  - б) Уровень технической оснащенности труда
  - в) Удельные затраты основных фондов на 1 руб. реализованной продукции
- 21. Полная производственная себестоимость продукции включает:**
- а) Затраты цеха на производство данного вида продукции
  - б) Цеховую себестоимость и общехозяйственные расходы
  - в) **Затраты на производство и сбыт продукции**
  - г) Технологическую себестоимость
  - д) Коммерческую себестоимость
- 22. Себестоимость или издержки производства представляют собой:**
- а) Расходы, непосредственно связанные с производством
  - б) Затраты на подготовку производства
  - в) **Суммарные затраты на производство и продажу продукции, выраженные в денежной форме**
  - г) Затраты, связанные с совершенствованием продукции, повышением квалификации работников
- 23. Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании должника банкротом обладают:**
- а) Уполномоченные органы
  - б) **Должник, конкурсный кредитор и уполномоченные органы**
  - в) Должник и уполномоченные органы
- 24. Умышленное создание или увеличение неплатежеспособности, совершенное руководителем или собственником коммерческой организации, индивидуальным предпринимателем в личных интересах или интересах третьих лиц, – это:**
- а) Фиктивное банкротство
  - б) Неправомерные действия при банкротстве
  - в) **Преднамеренное банкротство**

**25. Наблюдение — процедура банкротства, применяемая к должнику в целях:**

а) Обеспечения продажи имущества на торгах

б) Обеспечения сохранности имущества должника

**в) Обеспечения сохранности имущества должника, проведения анализа финансового состояния должника, составления реестра требований кредиторов и проведения их первого собрания**

**26. Прибыль до налогообложения определяется:**

а) Как разница между выручкой от продаж и полной себестоимостью проданной продукции

**б) Как разница между прибылью от продаж и сальдо операционных и внереализационных доходов и расходов**

в) Как разница между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходами

**27. Прибыль от обычной деятельности определяют:**

**а) Путем вычитания из прибыли до налогообложения налога на прибыль и иных аналогичных платежей**

б) Вычитанием из выручки от продаж полной себестоимости проданной продукции

в) Вычитанием из прибыли от продаж налога на прибыль

**28. Показатель чистой прибыли определяют:**

а) Вычитанием из прибыли от продаж налога на прибыль

б) К прибыли от продаж прибавляют операционные и внереализационные доходы и вычитают операционные и внереализационные расходы

**в) К чистой прибыли от обычной деятельности прибавляют чрезвычайные доходы и из полученной суммы вычитают чрезвычайные расходы**

**29. Норматив оборотных средств:**

а) Однодневный расход материальных ценностей или однодневные затраты на производство и реализацию продукции

б) Расчетная стоимостная величина, отражающая минимальную потребность в оборотном капитале

**в) Сумма денежных средств, необходимая предприятию для покрытия своих обязательств**

**г) Минимум оборотных средств, который необходимо иметь предприятию**

**30. Оборотные средства (капитал) предприятия:**

а) Часть постоянного производительного капитала, выступающая в форме средств труда и постепенно переносящая свою стоимость на готовый продукт

б) Средства производства, которые используются в ряде производственных циклов и переносят свою стоимость на готовую продукцию по частям

**в) Часть производительного капитала, стоимость которого полностью переносится на вновь созданный продукт и возвращается в денежной форме после его реализации**

**г) Это денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения**

**31. Формула для расчета норматива оборотных средств:**

а)  $H = H_d \times O_p$

б)  $H = H_d + O_p$

**в)  $H = H_d - O_p$**

**32. К основным методам планирования относятся:**

**а) Балансовый**

б) Нормативный

**в) Расчетно-аналитический**

г) Перспективный

д) Экономико-математические

е) Графоаналитический

**ж) Программно-целевые**

**33. По срокам различают следующие виды планирования на предприятии:**

а) Сетевое

**б) Перспективное**

в) Индикативное

г) Текущее

д) Оперативно-производственное

е) Тактическое

**34. Перспективное планирование на предприятии подразделяется на следующие виды:**

а) Календарное

**б) Долгосрочное**

**в) Среднесрочное**

г) Заводское

**35. Внешнеторговая деятельность – это деятельность, связанная с осуществлением сделок:**

а) С инвестициями во внешнюю торговлю

- б) В финансово-кредитной и валютной сферах  
**в) Во внешней торговле товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью**
- 36. Таможенно-тарифное регулирование представляет собой метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем:**
- а) Применения ввозных и вывозных таможенных пошлин  
 б) Применения вывозных таможенных пошлин  
 в) Применения ввозных таможенных пошлин.
- 37. Нетарифное регулирование осуществляется путем:**
- а) Административных запретов  
 б) Ограничения использования валюты  
 в) Введения количественных ограничений на экспорт и импорт товаров
- 38. У какого предприятия запас финансовой прочности выше:**
- а) с малой долей постоянных доходов  
 б) с большей долей постоянных доходов
- 39. Какой вид рычага (леверидж) характеризует взаимосвязь структуры затрат (соотношение постоянных и переменных затрат):**
- а) **Операционный (производственный)**  
 б) Финансовый  
 в) Сопряженный
- 40. Финансы открытого акционерного общества – это:**
- а) Денежные средства, находящиеся на расчетном счете акционерного общества  
 б) Сумма собственного капитала акционерного общества и привлеченных денежных средств  
 в) Денежные отношения по поводу производства и реализации продукции  
 г) Экономические отношения по поводу формирования, распределения и использования денежных доходов и накоплений акционерного общества  
 д) **Все денежные ресурсы, находящиеся в распоряжении акционерного общества**  
 е) Сумма амортизационного фонда, уставного капитала и нераспределенной прибыли
- 41. Что представляет собой цена товара в рыночной экономике:**
- а) **Денежное выражение стоимости товара**  
 б) Потребительную стоимость товара  
 в) Сумму общественно необходимых затрат  
 г) Денежную сумму на оплату добавочного труда  
 д) Денежную сумму, уплаченную за товар
- 42. Что входит в структуру цены:**
- а) **Себестоимость (издержки производства)**  
 б) Прямые налоги  
 в) Косвенные налоги  
 г) **Прибыль**  
 д) Рентабельность
- 43. Рентабельность предприятия — это:**
- а) Получаемая предприятием прибыль  
 б) **Относительная доходность или прибыльность (измеряемая в процентах) как отношение прибыли к затратам капитала**  
 в) Отношение прибыли к средней стоимости основных фондов и оборотных средств  
 г) Балансовая прибыль на 1 руб. реализованной продукции  
 д) Отношение прибыли к цене изделия
- 44. Холдинговая компания – это предприятие:**
- а) **владеющее контрольными пакетами акций других предприятий**  
 б) занимающееся сбытом продукции  
 в) контролирующее производство одного вида товара  
 г) осуществляющее страховую деятельность
- 45. Тарифы как цены на услуги могут быть ...**
- а) Маржинальными  
 б) Макроэкономическими  
 в) **Оптовыми**  
 г) **Розничными**
- 46. Цены фондового рынка формируются на ... торгах.**
- а) **Биржевых**  
 б) Аукционных  
 в) Тендерных  
 г) Валютных



**47. Мировые цены отражают ... стоимость.**

**а) Интернациональную**

б) Розничную

в) Закупочную

г) Оптовую

**48. Что включает понятие «валовая прибыль предприятия»:**

а) Выручку от реализации продукции

б) Денежное выражение стоимости товаров

в) Разность между выручкой от продаж продукции и полной производственной себестоимостью товарной продукции

**г) Прибыль от реализации продукции, результат от прочей реализации доходов от внереализационных операций, расходы и убытки от внереализационных операций**

д) Выручку от реализации продукции за вычетом акцизов

**49. Прибыль от продаж определяют:**

а) Вычитанием из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов

**б) Вычитанием из выручки от продаж полной себестоимости проданной продукции и НДС**

в) Вычитанием из выручки от продаж полной производственной себестоимости

**50. Экономическая прибыль - это:**

а) Выручка минус бухгалтерские издержки

б) Бухгалтерская прибыль минус неявные издержки

в) Экономические издержки минус бухгалтерские издержки

г) Выручка минус неявные издержки

**2 вариант**

**1. Производственная мощность предприятия – это ...**

а) Объем выпуска продукции в соответствии с производственной программой

**б) Максимально возможный годовой выпуск продукции или объем переработки сырья в номенклатуре, установленной планом при полной загрузке оборудования и площадей с учетом прогрессивной технологии, передовой организации труда и производства**

в) Годовой выпуск продукции или объем переработки сырья с учетом рыночного спроса в номенклатуре, установленной производственной программой с учетом прогрессивной технологии, передовой организации труда и производства

г) Объем выпуска продукции, рассчитанный как результат сравнения спроса и предложения на рынке товаров и услуг

д) Оптимальный объем производства, рассчитанный по критерию минимизации совокупных издержек на производство и хранение продукции

**2. Преимущество франчайзинга**

а) Это смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, объединяющая элементы аренды, купли-продажи, подряда, представительства, но в целом остающаяся самостоятельной формой договорных отношений хозяйствующих субъектов, имеющих статус юридического лица

**б) Фирма-франчайзи приобретает некоторую гарантию своего существования; экономит средства на маркетинговых исследованиях, консультациях и других услугах профессионалов; имеет гарантию поставок сырья, материалов, полуфабрикатов; открывает свое дело с меньшим риском; получает советы и поддержку от своего партнера — крупной фирмы**

в) Появляется возможность получения беспроцентного кредита со стороны банковского сектора экономики

г) Предприятия начинают заниматься производством продукции

**3. К важнейшим принципам организации и управления трудовыми ресурсами не относится принцип...**

**а) Стратегической направленности управления**

б) Целевой совместимости и сосредоточения и эффективности управления непрерывности и надежности

в) Плановости, пропорциональности и динамизма

**4. Неправильное название принципа организации производственного процесса**

а) Принцип параллельности

б) Принцип непрерывности

в) Принцип прямоточности движения

**г) Принцип равномерности**

д) Принцип пропорциональности производственных звеньев

**5. Рост производительности труда ведет к ...**

**а) Высвобождению персонала предприятия**

**б) Повышению эффективности производства**

в) Повышению стоимости рабочей силы

г) Увеличению заработной платы сотрудников

- 6. Какие из приведенных доходов физических лиц относят к группе доходов от продажи результатов труда?**
- Алименты
  - Доход от подсобного хозяйства**
  - Денежное довольствие военнослужащих
  - Фермерский доход**
- 7. Какие принято выделять категории персонала?**
- Рабочие**
  - Младший обслуживающий персонал**
  - Служащие**
  - Техники
- 8. Какие существуют разновидности повременной формы оплаты труда?**
- Прямая (простая) повременная**
  - Комиссионная
  - Аккордная
  - Повременно-премиальная**
- 9. Под понятием «конкуренция» в экономике понимается ...**
- Способ действия на рынке
  - Форма общения между участниками рынка
  - Правила игры на рынке
  - Столкновение интересов участников рынка
  - Состязание между участниками рыночных отношений за более выгодные условия ведения бизнеса**
- 10. Производительность труда измеряется ...**
- Выработкой и затратами оборотного капитала
  - Выработкой и затратами сырья и материалов
  - Трудоемкостью и выручкой
  - Трудоемкостью и затратами труда
  - Выработкой и трудоемкостью**
- 11. К основному капиталу предприятия относится(ятся)**
- Средства и предметы труда
  - Средства труда**
  - Технология работ
  - Здания, оборудование и персонал
  - Транспортные средства и топливо
- 12. Показатель, который отражает оставшиеся в распоряжении предприятия средства после уплаты налогов**
- Выручка
  - Валовая прибыль
  - Издержки
  - Доход
  - Чистая прибыль**
- 13. Какие из перечисленных элементов стимулирования относятся к группе прямых денежных стимулов?**
- Заработная плата**
  - Льготное питание
  - Долевое участие в прибыли**
  - Продвижение по службе
- 14. Первоначальная стоимость основных фондов – это:**
- Стоимость основных фондов при постановке на учет**
  - Разница между стоимостью приобретения основных фондов и износом
  - Восстановительная стоимость основных фондов по экспертному заключению о переоценке
- 15. Отношение выручки от реализации к средней стоимости основных средств характеризует показатель:**
- Фондоёмкости
  - Фондовооруженности
  - Фондоотдачи**
- 16. Экстенсивное использование оборудования характеризуют:**
- Коэффициент сменности
  - Фондоотдача
  - Фондовооруженность труда рабочего
  - Производительность данного вида оборудования
- 17. Назначение классификации по калькуляционным статьям расходов:**
- Определение цены на заготовку деталей и узлов

- б) Исчисление прямых и косвенных расходов
- в) Расчет себестоимости единицы конкретного вида продукции**
- г) Служить основой для составления сметы затрат на производство
- 18. К группировке затрат по экономическим элементам относятся затраты на:**
- а) Топливо и энергию на технологические цели**
- б) Основную заработную плату производственных рабочих**
- в) Амортизацию основных фондов**
- г) Расходы на подготовку и освоение производства
- д) дополнительную заработную плату производственных рабочих
- 19. Неполная производственная (цеховая) себестоимость продукции включает затраты:**
- а) Цеха на выполнение технологических операций
- б) Предприятия на производство данного вида продукции
- в) Цеха на управление производством
- г) Цеха на выполнение технологических операций и управление цехом**
- 20. К себестоимости продукции машиностроения относятся:**
- а) Текущие затраты на производство
- б) Капитальные затраты
- в) Выраженные в денежной форме затраты предприятия на производство и реализацию продукции**
- г) Затраты на сырье, материалы и заработную плату работающих
- д) Затраты на оборудование
- 21. Конкурсное производство — процедура банкротства, применяемая к должнику:**
- а) В отношении которого возбуждено дело о банкротстве с целью осуществления финансового оздоровления
- б) Признанному банкротом, в целях соразмерного удовлетворения требований кредиторов**
- в) Для заключения мирового соглашения
- 22. Финансовое оздоровление — процедура банкротства, применяемая к должнику в целях:**
- а) Восстановления его платежеспособности
- б) Обеспечения сохранности его имущества, проведения анализа его финансового состояния
- в) Восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком погашения задолженности**
- 23. Внешнее управление – процедур банкротства, применяемая к должнику в целях:**
- а) Восстановления его платежеспособности**
- б) Обеспечения сохранности его имущества
- в) Восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком погашения задолженности
- 24. Что включает понятие «валовая прибыль предприятия»:**
- а) Выручку от реализации продукции
- б) Денежное выражение стоимости товаров
- в) Разность между выручкой от продаж продукции и полной производственной себестоимостью товарной продукции
- г) Прибыль от реализации продукции, результат от прочей реализации доходы от внереализационных операций, расходы и убытки от внереализационных операций**
- д) Выручку от реализации продукции за вычетом акцизов
- 25. Прибыль от продаж определяют:**
- а) Вычитанием из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов
- б) Вычитанием из выручки от продаж полной себестоимости проданной продукции и НДС**
- в) Вычитанием из выручки от продаж полной производственной себестоимости
- 26. Прибыль до налогообложения определяется:**
- а) Как разница между выручкой от продаж и полной себестоимостью проданной продукции
- б) Как разница между прибылью от продаж и сальдо операционных и внереализационных доходов и расходов**
- в) Как разница между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходами
- 27. Оборотные средства:**
- а) Показатель, характеризующий финансовый результат организации
- б) Инвестиции, направленные в основные фонды**
- в) Денежные средства, авансируемые в текущие активы
- 28. Оборотные производственные фонды - это:**
- а) Здания, сооружения
- б) Сырье, материалы, полуфабрикаты, топливо, тара, запасные части, незавершенное производство
- в) Вычислительная техника, станки, оборудование
- г) Производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов.
- 29. Фонды обращения это:**
- а) Готовая продукция на складе, денежные средства, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения

- б) Сырье, материалы, полуфабрикаты, топливо, тара, запасные части, незавершенное производство
  - в) Франчайзинг, факторинг, венчурный капитал
  - г) Готовая продукция на складах предприятия, все товары отгруженные, денежные средства, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения
- 30. Главная цель бизнес-плана – это:**
- а) Выпуск запланированного объема продукции
  - б) Расширение предпринимательской деятельности
  - в) Получение прибыли
  - г) **Привлечение денежных средств**
- 31. Маркетинговая деятельность на предприятии – это:**
- а) Деятельность предприятия по обновлению технологии изготовления товаров
  - б) Деятельность предприятия по закупке сырья и материалов для производства товаров
  - в) Деятельность предприятия по заключению договоров с посредническими организациями по сбыту товаров
  - г) **Деятельность предприятия на основе изучения законов рынка в целях реализации товаров и услуг и получения прибыли в условиях конкуренции**
- 32. Что понимается под сегментированием рынка?**
- а) Часть рынка отрасли
  - б) **Разделение потребителей на определенные группы покупателей**
  - в) Мероприятия по продвижению товара на рынок и обеспечению конкурентоспособного положения
- 33. Какой канал сбыта товаров указан неверно?**
- а) Одноуровневый
  - б) Двухуровневый
  - в) Трехуровневый
  - г) **Четырехуровневый**
  - д) Прямой канал сбыта
- 34. Таможенный тариф РФ – это:**
- а) Таможенные пошлины на ввозимые товары
  - б) Таможенные пошлины на вывозимые товары
  - в) **Совокупность ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу России**
- 35. Внешнеторговый контракт заключается:**
- а) В устной форме
  - б) Простой письменной форме
  - в) **Письменной форме на специальной гербовой бумаге**
- 36. На какие две основные части делится общий бюджет:**
- а) **На операционный бюджет**
  - б) Бюджетный баланс
  - в) Бюджет продаж
  - г) **Финансовый бюджет**
  - д) Бюджет производства
- 37. Анализ точки безубыточности на предприятии проводится для:**
- а) Планирования закупки сырья и материалов на производство продукции
  - б) **Определения оптимального объема продукции на предприятии**
  - в) Определения ассортимента выпускаемой продукции
  - г) Определения эффективности использования основных фондов предприятия.
- 38. Факторы, не оказывающие определяющее воздействие на мировые цены:**
- а) **Внутренние издержки предприятия**
  - б) Темпы инфляции
  - в) Государственное регулирование
  - г) **Система национального налогообложения**
- 39. Ценами продавца являются следующие мировые цены...**
- а) **Международных аукционов**
  - б) Международных торгов
  - в) **Справочные цены**
  - г) Биржевые цены
- 40. Цены по характеру обслуживаемого оборота**
- а) **Закупочные**
  - б) Регулируемые
  - в) **Оптовые**
  - г) Мировые
  - д) Региональные
  - е) Монопольные

ж) Розничные

з) Престижные

**41. Финансовое планирование – это:**

а) планирование прибыли (доходов) и расходов предприятия

б) расчет потребности в собственных оборотных средствах

**в) планирование действий по формированию и использованию финансовых ресурсов**

г) анализ и планирование денежных потоков

д) расчет необходимых финансовых ресурсов

е) составление баланса доходов и расходов предприятия

**42. В состав оборотных производственных фондов предприятия входят:**

**а) производственные запасы сырья, материалов, полуфабрикатов, покупных изделий, запасных частей, топлива, незавершенное производство и расходы будущих периодов**

б) станки, агрегаты, приспособления, тара и стеллажи

в) готовая продукция, денежные средства в кассе и на расчетном счете предприятия

г) прибыль предприятия, заработная плата и амортизация

**43. Что показывает норматив оборотных средств, и в чем он измеряется:**

**а) Норматив оборотных средств определяет сумму оборотных средств, обеспечивающих бесперебойную работу предприятия и измеряется в днях обеспеченности**

б) Норматив оборотных средств определяет сумму оборотных средств, обеспечивающих бесперебойную работу предприятия и измеряется в стоимостном выражении

в) Норматив оборотных средств определяет число дней работы предприятия, на которое необходимо создать запас по данному элементу оборотных средств и измеряется в днях обеспеченности

**44. Высшим органом управления акционерным обществом является:**

а) Наблюдательный совет

б) Ревизионная комиссия

**в) Общее собрание акционеров**

г) Совет директоров

**45. Унитарное предприятие – это коммерческая организация:**

а) Наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником

**б) Не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником**

в) Частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником

г) Наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника

**46. Эффективность использования оборотных средств характеризуют:**

а) Прибыль и рентабельность производства

б) Уровень отдачи оборотных средств

**в) Коэффициент оборачиваемости и средняя продолжительность одного оборота**

г) Фондоотдача и фондоемкость продукции

д) Фондовооруженность труда

**47. Постоянные издержки - это такие затраты, которые:**

а) Существуют всегда

б) Не изменяются никогда

**в) Не изменяются при изменении цен**

г) Не изменяются при изменении объема производства

**48. Если валовой доход превышает валовые издержки, то имеют место:**

а) Убытки

б) Прибыль

**в) Затраты**

г) Капитал

**49. Какие затраты относятся к постоянным?**

а) Затраты на заработную плату

б) Проценты за банковский кредит

**в) Затраты на сырье и материалы**

г) Затраты на электроэнергию

**50. Выбор метода планирования прибыли зависит от:**

а) Ассортимента, продукции, объема продукции работ и услуг

б) Возраста и динамичности развития предприятия

**в) Уровня менеджмента на предприятии**

**Звариант**

**1. Генеральный план предприятия – это ...**

а) Документ, отражающий генеральную линию предприятия

б) Миссия предприятия

**в) Документ, отражающий планировку территории, расположения цехов, служб и хозяйств предприятия**

- г) Документ, позволяющий получить кредит  
 д) Составная часть бизнес-плана
- 2. Эффективность бывает ...**
- а) Простой и сложной  
 б) Главной и второстепенной  
 в) Основной и вспомогательной  
 г) Капиталоемкой и некапиталоемкой  
 д) **Общей и сравнительной**
- 3. Под формами хозяйствования понимаются ...**
- а) **Экономические категории, через которые в хозяйственной жизни проявляется действие экономических законов: различные виды планов, их показатели, нормы и нормативы, заработная плата, премии, экономические оценки ресурсов, цены, налоги, прибыль, финансы, кредиты и др.**  
 б) Способы воздействия на производство, в процессе которого используются перечисленные выше формы: планирование, хозрасчет, стимулирование, ценообразование, нормирование и др.  
 в) Плановые задания, постановления, приказы, распоряжения, инструкции хозрасчет, материальная заинтересованность, заработная плата, премии, цена, прибыль, экономические нормативы и др.
- 4. Виды производственной структуры предприятий**
- а) **Предметная**  
 б) **Технологическая**  
 в) **Подетальная**  
 г) Агрегатная  
 д) Организационная  
 е) Общая  
 ж) Рыночная
- 5. Число работников, приходящихся на одного конкретного руководителя и обеспечивающих своевременное выполнение запланированных поручений, получило название нормы ...**
- а) Времени  
 б) Обслуживания  
 в) Выработки  
 г) **Управляемости**  
 д) Управления
- 6. Основные типы производства**
- а) Генеральный  
 б) Общий  
 в) **Массовый**  
 г) **Единичный**  
 д) **Серийный**  
 е) Проектный  
 ж) Поточный
- 7. Какие элементы включает тарифная система?**
- а) **Тарифные ставки**  
 б) **Тарифные сетки**  
 в) Формы оплаты труда  
 г) Системы оплаты труда
- 8. Аккордная оплата труда относится к ... форме оплаты труда.**
- а) **Сдельной**  
 б) Косвенно-сдельной  
 в) Прогрессивной  
 г) Основной  
 д) Повременной
- 9. Кто на предприятии несет ответственность за организацию и состояние бухгалтерского учета?**
- а) Руководитель организации  
 б) **Главный бухгалтер**  
 в) Финансовый директор  
 г) Технический директор  
 д) Все вместе
- 10. В течение какого срока предприятия не могут менять учетную политику?**
- а) **Один год**  
 б) Два года  
 в) Три года  
 г) Пять лет

- 11. Какие из перечисленных функций заработной платы направлены на повышение эффективности труда?**
- а) Производственно-долевая**
  - б) Регулирующая
  - в) Стимулирующая
  - г) Воспроизводственная
- 12. Какие существуют способы вознаграждения?**
- а) Моральное**
  - б) Материальное**
  - в) Статусное
  - г) Социальное
- 13. Какие принято выделять категории персонала?**
- а) Уборщицы
  - б) Специалисты**
  - в) Инженеры
  - г) Рабочие
- 14. Какие из приведенных доходов физических лиц относят к группе передаваемых доходов?**
- а) Алименты
  - б) Доход, получаемый по наследству**
  - в) Фермерский доход
  - г) Доход, получаемый наследниками автора
- 15. Какие функции выполняет заработная плата?**
- а) Регулирующая
  - б) Стимулирующая
  - в) Воспроизводственная**
  - г) Статусная
- 16. К фондам обращения относятся:**
- а) Производственные запасы (сырье, материалы, топливо, тара и запасные части), готовая продукция и отгруженные товары
  - б) Денежные средства, дебиторская задолженность и расходы будущих периодов
  - в) Готовая продукция, отгруженные товары, денежные средства, дебиторская задолженность и средства в прочих расчетах**
- 17. Какие из перечисленных функций заработной платы направлены на стимулирование производительности труда?**
- а) Стимулирующая**
  - б) Регулирующая
  - в) Воспроизводственная
  - г) Производственно-долевая
- 18. Какие существуют разновидности сдельной формы оплаты труда?**
- а) Аккордная**
  - б) Сдельно-премиальная**
  - в) Повременно-премиальная
  - г) Окладная
- 19. Какие исходные данные нужны для расчета численности рабочих-сдельщиков определенной профессии?**
- а) Длительность данного периода
  - б) Бюджет рабочего времени одного рабочего за данный период**
  - в) Номинальный фонд времени
  - г) Трудоемкость определенного вида работ на изготовление продукции за определенный период
- 20. По каким объектам определяются показатели общественной производительности труда?**
- а) По отраслям хозяйства**
  - б) По хозяйству страны в целом**
  - в) По отдельным предприятиям
  - г) По отдельным рабочим местам
- 21. Что характеризует категория себестоимости продукции в машиностроительном производстве:**
- а) Отраслевые затраты
  - б) Общественно необходимые затраты
  - в) Индивидуальные затраты предприятия**
  - г) Средние народнохозяйственные затраты
  - д) Минимальные мировые затраты?
- 22. Рентабельность продукции можно определить как отношение:**
- а) Выручки от реализации к материальным затратам
  - б) Абсолютной величины прибыли к себестоимости продукции**

в) Прибыли к материальным затратам

г) Прибыли к фонду оплаты труда

**23. Источником уплаты налога на прибыль в открытом акционерном обществе может являться:**

а) Валовая выручка

б) Себестоимость

**в) Валовая прибыль**

г) Чистая прибыль

д) Резервный фонд

е) Заемные средства

**24. Формула определения коэффициента оборачиваемости оборотных средств:**

а)  $K_0 = OC/P$

**б)  $K_0 = P/OC$**

в)  $K_0 = OC \cdot P$

**25. Какой вид рычага (леверидж) характеризует взаимосвязь структуры капитала (соотношение заемных и собственных средств):**

а) Операционный

**б) Финансовый**

в) Сопряженный

По каждому тесту предлагается выбрать верный ответ в задании из 50 вопросов.

46-50 правильных ответов – отметка «отлично»

45- 31 правильных ответов - отметка «хорошо»

26- 30 правильных ответов – отметка «удовлетворительно»

Менее 25 правильных ответов – отметка «неудовлетворительно»

### **Примерные (типовые) контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации**

1. Предприятие – основное звено рыночной экономики. Цель функционирования предприятия.
2. Организационно-правовые формы организации.
3. Отрасль и рыночная экономика.
4. Значение организации (предприятия) в экономике страны.
5. Структура отрасли, ее особенности и перспективы развития.
6. Понятие «экономика организации (предприятия)».
7. Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект
8. Задачи предприятия.
9. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательства.
10. Классификация предприятий.
11. Механизм функционирования предприятия, его формы организации. Производственная и организационная структура.
12. Экономическая сущность основных фондов
13. Структура основных фондов.
14. Среднегодовая стоимость основных фондов.
15. Физический и моральный износ основных фондов.
16. Виды оценки основных фондов..
17. Методы оценки. Методы определения износа
18. Оборотные средства предприятия и пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.
19. Амортизация основных фондов
20. Состав и классификация оборотных средств.
21. Стадии кругооборота средств
22. Количественная характеристика трудовых ресурсов (персонала) организации (предприятия)

## **РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

**Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения входного контроля.**

**Примерные вопросы собеседования (устного опроса) (Раздел 2. Основы менеджмента)**

- Опишите организацию (предприятие, учреждение) на котором вы проходили производственную практику.
- Опишите отрасль, в которой работает организация.
- На основании каких признаков, вы можете сказать, что данная организация является юридическим лицом.
- Опишите основные экономические характеристики организации.



- К какой организационно-правовой форме относится организация.

### **Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля**

### **Примерные ( типовые) тесты для оценки теоретических занятий**

#### **Тема 1. Сущность менеджмента.**

Какая управленческая идея родилась в период строительства египетских пирамид (4000 лет до н.э.)?

- А. иерархия управления
- Б. стимулирование труда
- В. моделирование процессов
- Г. конвейер

Связано ли появление письменности в древней Шумерии с управленческими задачами?

- А. нет, не связано
- Б. да, главным образом для учета собранных налогов и коммерческих сделок
- В. да, для записи действующих законов и правил
- Г. да, для переписки с удельными князьями

Чем прославился вавилонский царь Хаммурапи?

- А. созданием знаменитого кодекса законов, норм и правил
- Б. отменой рабского труда
- В. отменой телесных наказаний
- Г. коммерческой деятельностью

Какую управленческую идею выдвинул персидский царь Кир?

- А. иерархичности управления
- Б. стабильности персонала
- В. мотивации труда
- Г. качества продукции

Какое управленческое решение Александра Македонского дожило до наших дней?

- А. оплата по результатам труда
- Б. разделение труда
- В. разработка стратегии
- Г. создание штаба при руководителе

По мнению английского ученого и предпринимателя Роберта Оуэна цели организации достигаются при обязательном выполнении трех условий:

- А. создание рабочим хороших условий труда
- Б. предоставление рабочим приличного жилья
- В. связь результатов труда и заработной платы
- Г. введение системы штрафов за различные нарушения
- Д. организация жесткого контроля за выполнением каждого распоряжения руководителя
- Е. создание при руководителе компетентного штаба

Какие причины привели к бурному развитию науки управления в США?

- А. развитие машинного производства
- Б. бурная иммиграция
- В. отсутствие государственного регулирования в сфере бизнеса
- Г. специфические отношения переселенцев с коренными жителями
- Д. наличие особых климатических условий
- Е. война Севера и Юга, результатом которой стало освобождение негров

Какое государство считают родиной менеджмента?

- А. Великобританию
- Б. Германию
- В. США
- Г. Японию

Сколько основных школ различают в менеджменте?

- А. две
- Б. три
- В. четыре
- Г. пять

Кого считают основоположником школы научного управления?

- А. Фреда Тейлора
- Б. Анри Файоля
- В. Элтона Мейо
- Г. Абрахама Маслоу

- Чью деятельность пристально изучал Ф. Тейлор?
- А. менеджеров
  - Б. высших руководителей компаний
  - В. рабочих
  - Г. снабженцев
- Последователем Тейлора, разделявшим идеи технократического подхода к управлению, был...
- А. Г. Форд
  - Б. Э. Мэйо
  - В. С. Адамс
  - Г. М. Фоллет
- Кого считают изобретателем конвейера?
- А. Г. Форда
  - Б. Ф. Тейлора
  - В. Э. Мэйо
  - Г. П. Друкера
- Как воспринимали идеи Тейлора рабочие?
- А. с энтузиазмом
  - Б. безразлично
  - В. враждебно
- Признавал ли Тейлор необходимость кооперации с рабочими?
- А. признавал и призывал устанавливать с ними добрые отношения
  - Б. эту проблему он не исследовал
  - В. нет, его не интересовали отношения менеджера и подчиненных
- К принципам управления, сформулированным Тейлором, относится положение...
- А. планирование, подготовку производства должны осуществлять инженеры, а собственно производить продукцию – рабочие
  - Б. необходимо поощрять определенную инициативу работников
  - В. чем больше рабочий работает, тем он больше зарабатывает
  - Г. каждого человека, независимо от его квалификации, можно поставить на рабочее место
- Кого считают основоположником административной школы управления?
- А. Мэри П. Фоллет
  - Б. Анри Файоля
  - В. Генри Форда
  - Г. Клейтона Альдерфера
- Какая группа работников была в центре внимания теоретиков административной школы?
- А. вспомогательные рабочие
  - Б. основные рабочие
  - В. младший обслуживающий персонал
  - Г. управленцы
- В свои знаменитые 14 принципов управления А. Файоль включил (выберите три ответа)...
- разделение труда
- А. единоначалие
  - Б. дисциплину
  - В. анализ внутренней среды
  - Г. учет жизненного цикла организации
  - Д. разработку структуры управления
- Забота о работниках, удовлетворенность условиями труда были характерны для ... школы управления
- А. научного управления
  - Б. административной
  - В. человеческих отношений
  - Г. поведенческих наук
- Хотторнские эксперименты проводились с целью изучения идей ... школы управления
- А. научной
  - Б. административной
  - В. человеческих отношений
  - Г. поведенческих наук
  - Д. количественной
- Кого считают основоположником школы поведенческих наук?
- А. Фреда Тейлора
  - Б. Анри Файоля
  - В. Элтона Мэйо
  - Г. Абрахама Маслоу
- Что обусловило бурное развитие количественной школы?

- А. увеличение масштабов производства
  - Б. внедрение идей школы поведенческих наук
  - В. использование математических методов и компьютерных технологий
- Использование математических моделей в принятии управленческих решений позволяет дать \_\_\_\_\_ характеристику проблемы и найти оптимальный вариант ее решения
- А. стоимостную
  - Б. качественную
  - В. многомерную
  - Г. количественную
- Какие подходы существуют в настоящее время в управлении?
- А. системный
  - Б. ситуационный
  - В. процессный
  - Г. качественный
  - Д. количественный
  - Е. прогрессивный
  - Ж. регрессивный
- Логическая цепочка «вход - воздействие - выход - обратная связь - вход...» является отражением ... подхода к управлению
- А. процессного
  - Б. ситуационного
  - В. системного
  - Г. синергетического
- Кто сформулировал идею научной организации труда в России?
- А. А. Богданов
  - Б. А. Гастев
  - В. О. Ерманский
  - Г. В. Ленин
- Поддерживал ли В.И. Ленин идеи Ф. Тейлора?
- А. нет, он подвергал их серьезной критике
  - Б. нет, так как они противоречили теории социализма
  - В. вообще не интересовался ими
  - Г. настойчиво предлагал внедрять их в российское управление
- Основное направление реформ П.А. Столыпина было обращено на...
- А. национализацию частной собственности
  - Б. децентрализацию управления
  - В. укрепление монархии
  - Г. демократизация власти
- Кто возглавил Центральный институт труда, созданный в России в 1921 году?
- А. А. Богданов
  - Б. А. Гастев
  - В. О. Ерманский
  - Г. В. Ленин
- По каким трем направлениям шла разработка управленческих идей в Центральном институте труда?
- Д. теория трудовых движений
  - Е. методика обучения рабочих
  - Ж. теория управленческих процессов
  - З. теория вероятностей
  - И. теория механизмов и машин
- Как называлась книга А.А. Богданова?
- А. «Тектология (всеобщая управленческая наука)»
  - Б. «Принципы научного управления»
  - В. «Дальние пределы человеческой психики»
  - Г. «Стахановское движение и стахановские методы»
- В чем суть принципа демократического централизма?
- А. выборность руководителей снизу и их отчетность перед избирателями
  - Б. широкая передача полномочий сверху вниз
  - В. централизация власти
  - Г. национализация собственности
- Что такое приватизация?
- А. передача государственной и муниципальной собственности в частные руки
  - Б. передача частной собственности государству
  - В. создание автономных организаций на базе частной собственности

- Г. способ управления
- Сколько программ разработано для приватизации собственности в современной России?
- А. две
  - Б. три
  - В. четыре
  - Г. пять
- В чем суть первого этапа приватизации государственной собственности в России?
- А. распределение собственности между гражданами по приватизационным чекам
  - Б. выкуп государственной собственности за деньги
  - В. передача права на собственность предприятий их работникам
  - Г. организация аукционов по продаже собственности
- Когда начался второй этап приватизации в России?
- А. в 1992 г.
  - Б. в 1994 г.
  - В. в 1998 г.
  - Г. в 2000 г.
- Выберите три наиболее характерные социально-экономические факторы, действующие в современной России?
- А. ресурсно-сырьевая направленность экономики
  - Б. повсеместное внедрение новой техники
  - В. продолжающаяся инфляция
  - Г. неуклонное повышение курса рубля
  - Д. резкая поляризация доходов населения
  - Е. децентрализация управления
- Какое качество наиболее присуще российскому работнику?
- А. стойкость, выносливость
  - Б. эгоизм
  - В. корыстолюбие
  - Г. подхалимство
- Часто говорят, что у нас распространен правовой нигилизм. Что это такое?
- А. пренебрежение и неисполнение действующих законов и правил
  - Б. отрицание необходимости принятия различных законов
  - В. стремление к точному соблюдению законов
  - Г. собственная трактовка законов
- Какой способ принятия решений характерен для американской модели менеджмента?
- А. единоличный
  - Б. коллективный
  - В. ни один из перечисленных
  - Г. системный
- Какой способ принятия решений характерен для японской модели менеджмента?
- А. единоличный
  - Б. коллективный
  - В. процессный
  - Г. ситуационный
- Какие отношения между администрацией и работниками чаще всего устанавливаются в американской модели менеджмента?
- А. формальные
  - Б. неформальные
  - В. в зависимости от организационно-правовой формы организации
- Какие отношения между работниками и администрацией устанавливаются в японской модели менеджмента?
- А. формальные
  - Б. неформальные
  - В. в зависимости от организационно-правовой формы организации
  - Г. в зависимости от возраста руководителей
- Какое качество учитывается главным образом в американской модели менеджмента при продвижении работника по службе?
- А. возраст
  - Б. стаж
  - В. личные результаты
  - Г. преданность фирме
- Какие два качества учитываются главным образом в японской модели менеджмента при продвижении работника по службе?

- А. возраст
  - Б. стаж
  - В. личные результаты
  - Г. привлекательный внешний вид
  - Д. происхождение из самураев
- Система пожизненного найма находит применение в ... модели менеджмента
- А. американской
  - Б. японской
  - В. шведской
  - Г. немецкой
- В чем суть японской системы «кэнбан»?
- А. в поставках сырья и материалов точно в срок
  - Б. в долговременной оценке качеств работника
  - В. в пожизненном найме работника
  - Г. в единоличном принятии решений и ответственности за их результаты
- Социальное партнерство между предпринимателями и работниками для достижения социального мира, включающее создание производственных советов, успешно применяется в ... модели менеджмента
- А. американской
  - Б. японской
  - В. немецкой
  - Г. шведской
- Характерной чертой ... модели менеджмента является стремление выровнять доходы населения через систему прямых и косвенных налогов
- А. американской
  - Б. японской
  - В. немецкой
  - Г. шведской
- Чью систему управления называют моделью социализма?
- А. российскую
  - Б. американскую
  - В. шведскую
  - Г. французскую
- В здании администрации района начался ремонт, причем работы ведутся с 16.00. Глава администрации установил начало рабочего дня с 07.00. Какой подход к управлению применен?
- А. системный
  - Б. ситуационный
  - В. процессный
- Выделите два элемента, характеризующих любую организацию как систему.
- А. субъект управления
  - Б. объект управления
  - В. потребители
  - Г. внешняя среда организации

## **Тема 2. Организации и управление ими.**

- Что получает организация из внешней среды?
- А. сырье
  - Б. информацию
  - В. рабочую силу
  - Г. цели и задачи
  - Д. стратегию
- Что передает организация во внешнюю среду?
- А. структуру
  - Б. продукты
  - В. услуги
  - Г. стратегию
- Выберите наиболее полное определение организации.
- А. группа лиц, взаимодействующих друг с другом
  - Б. группа лиц, взаимодействующих друг с другом для достижения целей
  - В. группа физических лиц, взаимодействующих друг с другом для достижения целей
  - Г. группа лиц, объединившихся для достижения целей
- Какой элемент не относится к признакам организации?
- А. цели

- Б. устойчивость
  - В. саморегулирование
  - Г. мотивация
- Что из перечисленного относится к признакам организации?
- А. организационная культура
  - Б. производство
  - В. каналы сбыта продукции
  - Г. организационная структура
- Организация поддерживает тесные отношения с поставщиками сырья и оборудования, установила прямые контакты с потребителями своей продукции. Какой признак организации проявляется при этом?
- А. организационная культура
  - Б. связи
  - В. саморегулирование
  - Г. устойчивость
- На общем собрании акционеров принято решение о распределении прибыли, часть ее направлена на приобретение нового оборудования, создание резервного фонда, выплату дивидендов. Принято также решение о выходе на другой рынок. Какой признак организации проявляется при этом?
- А. расширение производства
  - Б. саморегулирование
  - В. устойчивость
  - Г. цели
- В чем проявляется в организации признак устойчивости?
- А. в умении уменьшить налоговые выплаты
  - Б. в способности разрешать возникающие конфликты
  - В. в четкой структуре управления
  - Г. в использовании современного оборудования
- Какой закон связан с жизненным циклом организации?
- А. синергии
  - Б. онтогенеза
  - В. информированности
  - Г. дополнения
- На каком этапе распадается наибольшее число организаций?
- А. создания
  - Б. роста
  - В. зрелости
  - Г. спада
- Может ли возродиться организация на этапе спада?
- А. да, всегда
  - Б. нет, никогда
  - В. да, если руководители способны найти и реализовать новые идеи
- Какие причины, связанные с руководством организации, могут привести ее к ликвидации?
- А. незнание правовых вопросов
  - Б. незнание экономических закономерностей
  - В. неумение работать с людьми
  - Г. отсутствие квалификации "менеджер"
  - Д. неумение пользоваться персональным компьютером
  - Е. незнание английского языка
- Какой из перечисленных органов может принять решение о ликвидации организации?
- А. налоговые инспекции
  - Б. суд
  - В. органы власти, зарегистрировавшие организацию
  - Г. учредители
- Могут ли учредители пойти на ликвидацию организации?
- А. да, это их право
  - Б. могут, если получают разрешение органов власти
  - В. нет, не могут
- Какой документ выдается при регистрации организации?
- А. диплом
  - Б. свидетельство
  - В. сертификат
  - Г. лицензия
- Является ли лицензия гарантией качества выпущенной продукции?
- А. да, если организация зарегистрирована в органах власти

- Б. да
  - В. нет
- Какой орган выдает лицензию?
- А. правительство РФ
  - Б. правительство области
  - В. государственные организации на уровне министерств и ведомств
- Общая численность персонала организации составляет 218 человек. К какому виду организаций она относится?
- А. к малой
  - Б. к средней
  - В. к крупной
- Магазин продовольственных товаров зарегистрирован как общество с ограниченной ответственностью. Общая численность персонала в нем составляет 31 человек. К какому виду организаций он относится?
- А. к малой
  - Б. к средней
  - В. к крупной
- Может ли создаваться одна организация с участием государственной и частной собственности?
- А. да
  - Б. нет, так как в этом случае важность государственных интересов снижается
  - В. нет, ни в каком случае
  - Г. только тогда, когда доля государственной собственности будет основной
- Разрешено ли некоммерческой организации заниматься коммерцией?
- А. такой вариант вообще невозможен
  - Б. да, разрешено
  - В. разрешено лишь при определенных условиях
  - Г. нет
- В автотранспортном предприятии занято 287 человек. Какая это организация по размеру?
- А. малая
  - Б. средняя
  - В. крупная
- Какая разновидность присуща товариществу?
- А. с дополнительной ответственностью
  - Б. открытое акционерное
  - В. на вере
  - Г. потребительское
- Какой коммерческой организации не хватает в следующем перечне: общество, производственный кооператив, унитарное предприятие?
- А. фонд
  - Б. товарищество
  - В. ассоциация
  - Г. потребительский кооператив
- Кем может создаваться товарищество?
- А. гражданами
  - Б. индивидуальными предпринимателями
  - В. другими коммерческими организациями
  - Г. гражданами и любыми организациями
  - Д. индивидуальными предпринимателями и коммерческими организациями
  - Е. любыми организациями
- Какой или какие документы являются учредительными для товарищества?
- А. устав
  - Б. учредительный договор
  - В. уставный капитал
  - Г. учредительный договор и устав
- Что является экономической основой товарищества?
- А. уставный капитал
  - Б. акции
  - В. складочный капитал
  - Г. паи
- Какую ответственность несут участники товарищества?
- А. ограниченную
  - Б. полную, включая личное имущество
  - В. размером доли
  - Г. стоимостью акции

- Какой принцип соблюдается при принятии решений в товариществе?
- А. у каждого участника один голос
  - Б. количество голосов равняется количеству долей в капитале
  - В. принцип голосования устанавливается на каждом собрании
- Что является высшей формой управления в обществе с ограниченной ответственностью?
- А. правление
  - Б. высший уровень управления
  - В. генеральный директор
  - Г. общее собрание участников
- Как принимаются ключевые решения в обществе с ограниченной ответственностью?
- А. голосованием на общем собрании участников по большинству долей
  - Б. голосованием по большинству участников
  - В. процедура принятия решения для каждого ООО своя
- При создании ООО учредители определили размер доли участника в 3 тыс. рублей, причем общее число долей составило 20. Какой уставный капитал общества?
- А. 20000 руб.
  - Б. 60000 руб.
  - В. 23000 руб.
  - Г. по этим данным задача не имеет решения
- Изменяется ли стоимость доли участника ООО?
- А. нет, она определяется при создании общества и не меняется
  - Б. меняется в зависимости от активов организации
  - В. меняется не только от активов, но и от рыночных факторов
  - Г. нет, никогда
- В каком размере несут ответственность участники ООО?
- А. стоимостью своей доли
  - Б. стоимостью своей доли при образовании ООО
  - В. стоимостью акции
  - Г. личным имуществом
- Будет ли зарегистрировано открытое акционерное общество, если на момент регистрации оно подтвердило наличие в уставном капитале 180 тыс. рублей?
- А. да
  - Б. нет
  - В. все зависит от размера заявленного уставного капитала
- Что такое контрольный пакет акций?
- А. 50% от общего числа акций
  - Б. 51% от общего числа акций
  - В. 50% + 1 акция
- Участвуют ли в голосовании акционеры с привилегированными акциями?
- А. да, во всех случаях
  - Б. да, при решении вопроса о ликвидации общества
  - В. нет
- Может ли акционер НАО продавать свои акции?
- А. да, может
  - Б. может только внутри общества
  - В. нет, не может
- Какая форма труда используется в производственном кооперативе?
- А. наемный
  - Б. личный труд участников
  - В. возможно применение и той, и другой формы
- Что является высшей формой управления в производственном кооперативе?
- А. правление
  - Б. председатель кооператива
  - В. общее собрание членов кооператива
  - Г. совет директоров
- Что является основным документом, регулирующим деятельность производственного кооператива?
- А. учредительный договор
  - Б. уставный капитал
  - В. устав
  - Г. лицензия
- Какая организация является некоммерческой?
- А. товарищество
  - Б. фонд



- В. общество
  - Г. артель
- Экономической основой общественной организации являются...
- А. членские взносы ее членов
  - Б. добровольные пожертвования граждан
  - В. добровольные взносы других организаций
  - Г. муниципальный бюджет
- Фонд управляется...
- А. советом директоров
  - Б. попечительским советом
  - В. правлением
  - Г. исполнительным директором
- К какому виду организаций относится Калининградский колледж управления?
- А. к коммерческим
  - Б. к фондам
  - В. к учреждениям
  - Г. к общественным организациям
- Какой элемент не относится к деловому окружению фирмы?
- А. поставщики
  - Б. конкуренты
  - В. экономические факторы
  - Г. потребители
- Может ли организация влиять на внешнюю среду?
- А. да, может всегда
  - Б. может, но только ограниченно
  - В. нет, не может
- Производственный кооператив возглавляет председатель, а всего в нем трудятся 3 техника по ремонту компьютеров, 2 выездных специалиста и 1 водитель. Какую структуру управления можно предложить для этой организации?
- А. линейную
  - Б. функциональную
  - В. линейно-функциональную
  - Г. матричную
- ОАО «Балткран» выпускает подъемное оборудование и включает производственное звено, службы снабжения и сбыта, отдел кадров и бухгалтерию. Какую организационную структуру можно предложить для этой организации?
- А. линейную
  - Б. функциональную
  - В. линейно-функциональную
  - Г. матричную
- К базовым составляющим организации относится:
- А. внутренняя среда, поставщики, потребители
  - Б. ресурсы, организация, продукты (услуги), внешняя среда
  - В. люди, цели, управление
  - Г. президент, правительство, министерства
- Какой признак объединяет и сплачивает организацию, придает смысл её существованию, определенность и конкретную направленность её действиям.
- А. наличие связей
  - Б. сложность
  - В. цель
  - Г. устойчивость
- Структура, основанная на отделении больших автономных производственно-хозяйственных подразделов (отделений, дивизионов) и соответствующих им уровней управления с предоставлением этим подразделам оперативно-производственной самостоятельности и с перенесением на этот уровень ответственности за конечный финансовый результат называется:
- А. функциональная
  - Б. линейная
  - В. линейно-функциональная
  - Г. линейно-штабная
  - Д. матричная
  - Е. дивизиональная

Какой признак организации предполагает возможность для нее в определенных рамках самостоятельно решать те или иные вопросы внутренней жизни и по-своему, с учетом конкретных обстоятельств, действовать или реализовывать внешние команды.

- А. организационная культура
- Б. наличие связей
- В. устойчивость
- Г. саморегулирование

Предприятие характеризуется следующими критериями: доходы – 100 млн.руб. в год, численность сотрудников – 10 человека, доля участия других лиц в капитале соответствует параметрам. К какому субъекту предпринимательства оно относится:

- А. микропредприятие
- Б. крупное предприятие
- В. среднее предприятие
- Г. малое предприятие

Способность функционировать и развиваться в условиях внешних и внутренних возмущающих воздействий, либо возвращаясь в прежнее состояние, либо переходя в новую точку равновесия является:

- А. сложность организации
- Б. устойчивость организации
- В. наличие связей
- Г. обособленность

Какой закон организации гласит, что потенциал и возможности организации, как единого целого, превышают сумму потенциала и возможностей ее отдельных элементов, что обусловлено их взаимной поддержкой и дополнением.

- А. закон композиции
- Б. закон самосохранения
- В. закон синергии
- Г. закон информированности

Пакет учредительных документов может состоять из:

- А. устава
- Б. учредительного договора
- В. устава и учредительного договора
- Г. возможны все вышеперечисленные варианты

Предприятие характеризуется следующими критериями: доходы – 700 млн.руб. в год, численность сотрудников – 92 человека, доля участия других лиц в капитале соответствует параметрам. К какому субъекту предпринимательства оно относится:

- А. крупное предприятие
- Б. среднее предприятие
- В. малое предприятие
- Г. микропредприятие

Коммерческие организации – это организации:

- А. не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли
- Б. преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности
- В. созданные в целях проведения благотворительной деятельности
- Г. созданные в целях отправления культовых обрядов

Факторы, имеющие непосредственное отношение к самой организации и её возможности по обслуживанию клиентов называются:

- А. микросреда
- Б. макросреда
- В. организационная среда
- Г. технологическая среда
- Д. культурная среда

Моментом создания юридического лица (ЮЛ) являются:

- А. приобретение обособленного имущества
- Б. открытие лицевого счета
- В. выступление в суде в качестве ответчика по совершенным сделкам
- Г. его государственная регистрация

Если Вам придется объяснять что следует понимать под организацией, Вы скажете, что это:

- А. объединение людей для выполнения определенных работ
- Б. сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели
- В. группа людей, которые совместно реализуют определенные программы
- Г. группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей

Д. объединение людей по интересам  
Какая среда оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации.

- А. внешняя
- Б. переменная
- В. финансовая
- Г. внутренняя
- Д. ценовая

Некоммерческие организации – это организации:

- А. имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли
- Б. имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли, но не распределяющие прибыль между ее участниками
- В. не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющие и не распределяющие прибыль между ее участниками
- Г. участники которых постоянно занимаются предпринимательской деятельностью

Элементы макросреды маркетинга (три варианта ответа)

- А. экономическая ситуация
- Б. конкуренция
- В. посредники
- Г. политический режим
- Д. партнёры по бизнесу
- Е. налоговая система

Совокупность не поддающихся контролю сил со стороны организации, с учетом которых организации и должны разрабатывать свои маркетинговые планы, называется:

политическая среда

- А. макросреда
- Б. структурная среда
- В. технологическая среда
- Г. экономическая среда

Коммерческие организации создаются в форме:

- А. потребительских кооперативов
- Б. государственных и муниципальных унитарных предприятий
- В. общественных и религиозных организаций
- Г. благотворительных и иных фондов

Совокупность стадий, которые проходит организация в период своей жизни – это

- А. этапы жизни
- Б. стадии жизни
- В. жизненный цикл
- Г. временные рамки

Предприятие характеризуется следующими критериями: доходы – 1,5 млрд.руб. в год, численность сотрудников – 211 человека, доля участия других лиц в капитале соответствует параметрам. К какому субъекту предпринимательства оно относится:

- А. крупное предприятие
- Б. среднее предприятие
- В. малое предприятие
- Г. микропредприятие

Закон организации, отражающий необходимость согласования целей организации: они должны быть направлены на поддержание основной цели более общего характера, называется:

- А. закон композиции
- Б. закон самосохранения
- В. закон анализа и синтеза
- Г. закон развития

Факторами внутренней среды организации являются:

- А. цели, структура организации, задачи, технологии и люди
- Б. политические и социокультурные факторы
- В. государственные органы
- Г. поставщики, потребители, конкуренты, трудовые ресурсы

Основной характеристикой организации как открытой системы является:

- А. стремление к максимальной прибыли
- Б. способность адаптировать методы ведения бизнеса к изменяющимся условиям внешнего окружения
- В. правильный подбор персонала
- Г. готовность пересмотреть свою миссию

Для данной структуры управления характерно создание структурных подразделений, каждый из которых имеет свои четко определенные, конкретные задания и обязанности.

- А. функциональная
- Б. линейная
- В. линейно-функциональная
- Г. линейно-штабная
- Д. матричная

Выберите верное утверждение относительно законов и принципов организации:

- А. законы соблюдаются в любой организации, а принципы – нет
- Б. принципы соблюдаются в любой организации, а законы – нет
- В. и законы, и принципы соблюдаются во всех организациях
- Г. и законы, и принципы могут не соблюдаться в организации

Выберите вариант, в котором в верной последовательности перечислены этапы жизненного цикла организации:

- А. создание, зрелость, рост, спад, уход с рынка
- Б. создание, рост, зрелость, уход с рынка, спад
- В. создание, рост, зрелость, спад, уход с рынка
- Г. создание, рост, спад, зрелость, уход с рынка

Форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры – это:

- А. организация
- Б. контроль
- В. прогнозирование
- Г. планирование

Какие связи возникают между подразделениями и руководителями разных уровней управления, где один руководитель подчинен другому?

- А. функциональные
- Б. линейные
- В. межфункциональные
- Г. иерархические

Некоммерческие организации создаются в формах:

- А. унитарных предприятий
- Б. хозяйственных товариществ
- В. потребительских кооперативов
- Г. производственных кооперативов

Какие связи характеризуют взаимодействие руководителей, которые выполняют определенные функции на разных уровнях управления, и между ними не существует административного подчинения.

- А. линейные
- Б. функциональные
- В. межфункциональные
- Г. иерархические

Какие организационные структуры характеризуются твердой иерархией власти на предприятии, формализацией правил и используемых процедур, централизованным принятием решений, узко определенной ответственностью в деятельности.

- А. адаптивные
- Б. иерархические
- В. органические
- Г. межфункциональные

Элементы микросреды маркетинга (три варианта ответа)

- А. партнёры по бизнесу
- Б. налоговая система
- В. клиенты
- Г. посредники
- Д. политический режим
- Е. экономическая ситуация

Основным принципом построения какой структуры является вертикальная иерархия, то есть подчиненность звеньев управления снизу доверху.

- А. функциональная
- Б. линейная
- В. линейно-функциональная
- Г. линейно-штабная
- Д. матричная

Какой признак организации выражается в замкнутости внутренних процессов и наличии границ, отделяющих ее от внешнего окружения.

- А. обособленность
- Б. наличие целей
- В. наличие связей
- Г. устойчивость

В основе данной структуры управления лежит линейная структура, но при линейных руководителях создаются специальные подразделения (штабные службы), которые специализируются на выполнении определенных управленческих функций.

- А. линейная
- Б. функциональная
- В. дивизиональная
- Г. линейно-штабная структура
- Д. адаптивная

Данная группа организационных структур характеризуется размытостью иерархии управления, небольшим количеством уровней управления, гибкостью структуры власти, слабым или умеренным использованием формальных правил и процедур, децентрализацией принятия решений, широко обусловленной ответственностью в деятельности.

- А. адаптивная
- Б. иерархическая
- В. дивизиональная
- Г. функциональная
- Д. линейная

### Тема 3. Функции менеджмента.

Относительно самостоятельные, однородные, специализированные и обособленные виды управленческой деятельности, объективно необходимые для реализации целей системы управления, называются

- А. стратегия управления
- Б. тактика управления
- В. функция управления
- Г. процесс управления

Теория мотивации, в которой фигурируют затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение:

- А. модель Портера – Лоулера
- Б. теория А. Маслоу
- В. теория Ф. Герцберга

К функциям менеджмента относится все, кроме:

- А. планирования
- Б. мотивации
- В. информирования
- Г. контроля
- Д. организации

Иерархия потребностей А. Маслоу включает в себя все, кроме:

- А. физиологии
- Б. безопасности
- В. социального статуса
- Г. вознаграждения
- Д. уважения
- Е. самореализации

Общая цель предприятия, выражающая причину его существования, – это:

- А. миссия
- Б. целеполагание
- В. стратегия

Внешний раздражитель, склоняющий к действию, – это:

- А. стимул
- Б. мотив
- В. потребность

Выберите неверную характеристику миссии организации:

- А. конечная цель, философия организации
- Б. глобальная задача фирмы
- В. общий всесторонний план достижения целей
- Г. выражает причину существования организации

Теория мотивации, согласно которой людям присущи власть, успех и причастность, – это:

- А. теория Врума

- Б. теория Фидлера
  - В. теория Тейлора
  - Г. теория Мак-Клелланда
- Стратегия – это:
- А. философия организации
  - Б. общий всесторонний комплексный план достижения целей организации и осуществления миссии
  - В. краткосрочная программа для достижения цели
  - Г. миссия фирмы
- Назовите фактор в соответствии с теорией Герцберга, который относится к гигиеническим:
- А. заработная плата
  - Б. потребность в успехе
  - В. потребность во власти
  - Г. самореализация
- В процессе планирования первым шагом является
- А. определение проблемы
  - Б. определение целей
  - В. определение бизнеса
  - Г. все вышеперечисленное верно
- Внутреннее побуждение (импульс), который заставляет человека поступать определенным образом:
- А. потребность
  - Б. мотив
  - В. стимул
- Краткосрочная программа для достижения цели, разрабатываемая обычно на уровне руководителей среднего звена, – это:
- А. стратегия
  - Б. тактика
  - В. миссия
- Последовательность в упрощенной модели мотивации через потребность:
- А. цель, мотив, действие, потребность
  - Б. потребность, мотив, действие, цель
  - В. мотив, цель, потребность, действие
  - Г. действие, потребность, цель, мотив
- Суть делегирования – это:
- А. определение влияния
  - Б. передача властных полномочий вниз и принятие их менеджером низшего звена
  - В. формирование иерархии
- К авторам содержательных теорий относится все, кроме:
- А. Маслоу
  - Б. Врума
  - В. Герцберга
  - Г. Мак-Клелланда
- Порядок подчинения низших должностей высшим, называется:
- А. делегированием полномочий
  - Б. организацией
  - В. иерархией
  - Г. все ответы верны
- Автор процессуальной теории:
- А. Оучи
  - Б. Герцберг
  - В. Маслоу
  - Г. Врум
- Норма управляемости – это:
- А. количество звеньев управления в подчинении одного руководителя
  - Б. количество начальников у одного подчиненного
- «Гигиенические» факторы мотивации разработал:
- А. Врум
  - Б. Оучи
  - В. Герцберг
  - Г. Маслоу
- Выберите неверное утверждение:
- А. полномочия в менеджменте – это право принимать решение в организации
  - Б. полномочия включают в себя власть
  - В. полномочия относятся к профессии менеджера

- Г. делегирование полномочий – это процесс передачи полномочий вышестоящим руководителем на выполнение специальных заданий
- Автор теории ожиданий в мотивационном процессе:
- А. Адамс
  - Б. Врум
  - В. Оучи
  - Г. Герцберг
  - Д. Маслоу
- Система связей и полномочий, объединяющая людей для достижения целей организации, называется:
- А. организационной структурой
  - Б. системой управления
  - В. организационной культурой
- К мотивирующим факторам, по теории Ф. Герцберга, относятся все, кроме:
- А. условий работы
  - Б. продвижения по службе
  - В. успеха
  - Г. признания и одобрения
- Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации – это:
- А. организация
  - Б. мотивация
  - В. мотив
  - Г. стимул
- К методам управления не относится:
- А. административный
  - Б. управленческий
  - В. экономический
  - Г. социально-психологический
- Вид контроля, нацеленный на текущий учет, анализ осуществляемых процессов и имеющий задачу обеспечения выполнения принятых плановых заданий:
- А. финансовый
  - Б. оперативный
  - В. полный
  - Г. предварительный
- Все характеристики о власти верны, кроме:
- А. власть – это право, которым наделен человек в силу своего служебного положения в организации
  - Б. власть – это возможность влиять на поведение других людей
  - В. власть может быть эталонной, экспертной, законной
  - Г. харизма не относится к власти
- К типам контроля относится все, кроме:
- А. предварительного
  - Б. заключительного
  - В. текущего
  - Г. стратегического
- Принцип вознаграждения гласит:
- А. любое положительное действие должно быть вознаграждено
  - Б. нет необходимости решать все вопросы на высшем уровне
  - В. работнику нужно время, чтобы освоиться
  - Г. инициатива со стороны персонала должна быть поддержана
- Обратная связь имеет наиболее важное значение при выполнении функции:
- А. мотивации
  - Б. планирования
  - В. контроля
  - Г. организации
- К требованиям цели не относится:
- А. измеримость
  - Б. срочность
  - В. конкретность
  - Г. достижимость
  - Д. ориентация цели во времени
  - Е. согласованность
- Обеспечение взаимодействия всех лиц и осуществление действий, направленных на достижение единых целей предприятия, называется:

- А. мотивацией
  - Б. согласованием
  - В. распорядительством
  - Г. организацией
- Выберите верное утверждение:
- А. долгосрочные цели устанавливаются на период от 1 до 5 лет
  - Б. по функциональным областям цели могут быть рыночные, производственные, финансовые, организационные
  - В. определение целей является важным этапом контроля
- Совокупность непрерывных, последовательно выполняемых, взаимосвязанных действий по формированию и использованию ресурсов организации для достижения ею своих целей называется:
- А. процесс управления
  - Б. функция управления
  - В. стратегия управления
  - Г. тактика управления
- Сколько функций управления насчитывал А. Файоль?
- А. пять
  - Б. четыре
  - В. две
  - Г. шесть
- Какой функции менеджмента не предусматривал А. Файоль?
- А. контроля
  - Б. мотивации
  - В. координации
  - Г. планирования
- Какие уровни планирования в организации?
- А. общеорганизационный и на уровне подразделений
  - Б. стратегический и тактический
  - В. индивидуальный и коллективный
  - Г. адаптивный и партисипативный
- Как осуществляется процесс планирования?
- А. сверху вниз
  - Б. снизу вверх
  - В. допускаются оба перечисленных варианта
- Что входит в систему планов организации? (выберите два варианта ответа)
- А. стратегия и мотивация
  - Б. только долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные планы
  - В. коммуникации и предвидение
  - Г. стратегия, долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные планы
  - Д. общеорганизационный план и планы подразделений
- На какой период составляются долгосрочные планы?
- А. до 3 лет
  - Б. свыше 3 лет
  - В. на 5 лет
  - Г. на 10 лет
- На какой период составляются среднесрочные планы?
- А. на 1 год
  - Б. на два или три года
  - В. свыше 3 лет
- На какой период составляются краткосрочные планы? (выберите четыре варианта ответов)
- А. на 1 месяц
  - Б. на 1 квартал
  - В. на 1 год
  - Г. на полугодие
  - Д. на два года
- Расположите функции управления в правильном порядке
- А. планирование
  - Б. организация
  - В. мотивация
  - Г. контроль
  - Д. координация
- Нужна ли стратегия в условиях быстрых изменений внешней среды?
- А. нет



- Б. иногда может понадобиться
  - В. да, обязательно
- Что входит в процесс разработки стратегии? (выберите три варианта ответа)
- А. выработка видения, миссии и целей
  - Б. изучение внешней и внутренней среды организации
  - В. выбор типовой стратегии, ее адаптация к новым условиям
  - Г. заключение договоров с поставщиками
  - Д. приобретение нового оборудования
- Какой элемент не входит в процесс разработки стратегии?
- А. углубленный анализ внешней среды
  - Б. выбор типовой стратегии
  - В. содержательные теории мотивации
  - Г. выработка видения и миссии
- Сколько функций управления по мнению А. Файоля существует?
- А. две
  - Б. четыре
  - В. пять
  - Г. семь
- В чем состоит суть функции планирования (выберите два варианта ответа)
- А. поиск альтернатив
  - Б. установление целей
  - В. определение мотивов поведения работников
  - Г. составление плана действий
- Для каких целей применяют SWOT-анализ?
- А. для анализа внешней среды организации
  - Б. для изучения внутренней среды организации
  - В. при разработке рекламы продукта
  - Г. для оценки внешней и внутренней среды
- Уровень компетентности персонала можно отнести...
- А. к сильной стороне организации
  - Б. к слабой стороне организации
  - В. к возможностям внешней среды
  - Г. все зависит от конкретной организации
- Какие задачи решает функция организации (организовывания)? (выберите два варианта ответа)
- А. распределение задач
  - Б. составление прогноза изменений окружающей среды
  - В. инструктаж работников по выполнению ими поставленных задач
  - Г. установление причин ошибочных действий работников
- Морские порты Калининграда не замерзают зимой. К какому разделу SWOT-анализа Вы отнесете эту характеристику?
- А. к сильным сторонам организации
  - Б. к слабым сторонам организации
  - В. к возможностям
  - Г. к угрозам
- Выберите три задачи, которые решает функция координации (выберите три варианта ответа)
- А. стимулирование персонала
  - Б. обеспечение согласованности действий работников
  - В. разработка корректирующих действий для ликвидации ошибочных решений
  - Г. налаживание эффективных каналов обмена различной информацией внутри организации и вне ее
  - Д. разработка системы премирования
  - Е. разработка управленческих решений
- Выберите основные методы управления организацией (выберите три варианта ответа)
- А. процессный
  - Б. административный
  - В. системный
  - Г. экономический
  - Д. ситуационный
  - Е. социально-психологический
- Руководитель подготовил приказ о введении новых должностных обязанностей. К какому методу можно отнести такое действие?
- А. к административному
  - Б. к экономическому
  - В. к социально-психологическому

В отделе образования администрации района введена новая система оплаты труда сотрудников, учитывающая категорию, которую получает работник по результатам аттестации. К какому методу управления Вы отнесете такое действие?

- А. к административному
- Б. к экономическому
- В. к социально-психологическому

Генеральный директор открытого акционерного общества организовал выезд детей работников организации в летний оздоровительный лагерь в г. Светлогорске. Какой метод управления он использовал?

- А. административный
- Б. экономический
- В. социально-психологический

В плане фирмы записано «К 2010 году повысить уровень заработной платы работников». Какие требования к планам нарушены? (выберите два варианта ответа)

- А. конкретность
- Б. реальность
- В. измеримость

На чем базируются административные методы управления? (выберите два варианта ответа)

- А. на действующих в государстве законах
- Б. на коллективном мнении высшего руководства
- В. на уставе организации, положениях о его подразделениях
- Г. на сложившихся взаимоотношениях руководителя и подчиненных

Предусматривает ли бизнес-план меры против разглашения коммерческой тайны?

- А. да, в нем есть так называемый «меморандум о конфиденциальности»
- Б. такие меры вообще не нужны
- В. только в случаях, когда возникает сомнение в порядочности партнера

Подготавливается устав организации. К какой функции можно отнести это действие?

- А. к планированию
- Б. к организации
- В. к мотивации
- Г. к коммуникации

Административно-хозяйственный отдел обеспечил каждого работника комплектом офисной мебели и необходимыми бланками счетов, платежных поручений. К какой функции можно отнести это действие?

- А. к планированию
- Б. к организации
- В. к мотивации
- Г. к коммуникации

Что такое делегирование?

- А. процесс передачи задач и полномочий
- Б. направление представителей на собрание
- В. термин из выборной кампании

Полномочия - это...

- А. право подчинения работников и распоряжения ресурсами
- Б. право подчинения работников
- В. право распоряжения ресурсами

Какой элемент не относится к хорошему морально-психологическому климату в коллективе?

- А. хорошее оптимистичное настроение работников
- Б. творческая атмосфера
- В. непринужденность отношений
- Г. доброжелательность
- Д. строгое соблюдение определенной дистанции между руководителями и подчиненными

Что не включает социальный пакет?

- А. материальные выгоды для работника
- Б. нематериальные выгоды
- В. перечень всех гарантий работнику, предусмотренных законами РФ
- Г. дополнительные выгоды из средств организации
- Д. положения об организации внутриорганизационного контроля

Кто является автором знаменитой иерархии потребностей человека?

- А. А. Маслоу
- Б. К. Альдерфер
- В. Г. Герцберг
- Г. С. Адамс

Какие потребности включает в свою теорию Д. МакКлелланд?

- А. существования, связи и роста

- Б. соучастия, достижения и власти
  - В. гигиенические и мотивирующие
  - Г. социальные и физиологические
- По чьей теории потребность нижестоящего уровня может стать мотивирующей?
- А. А. Маслоу
  - Б. К. Альдерфера
  - В. Г. Герцберга
  - Г. Д. МакКлелланда
- Руководитель решил правильно организовать контроль в своей организации. Вначале он выяснил, что не все подчиненные четко знают свои должностные обязанности. Мало того, они не смогли правильно, в соответствии с ОКУД, подготовить деловое письмо. Какой вид контроля применил руководитель?
- А. рубежный
  - Б. вводный
  - В. предварительный
  - Г. текущий
- При каком виде коммуникаций информация может больше теряться или искажаться?
- А. при вертикальной коммуникации (руководитель - подчиненный)
  - Б. при горизонтальных коммуникациях (общение равных по должности)
  - В. в равной степени - и при горизонтальных, и при вертикальных коммуникациях
- Могут ли корректирующие действия при контроле изменять установленные ранее нормы?
- А. всегда, во всех случаях
  - Б. да, могут
  - В. нет
- Какой вид коммуникаций наиболее распространен?
- А. вербальные
  - Б. письменные
  - В. электронные
- Какой вид контроля не существует?
- А. предварительный
  - Б. текущий
  - В. промежуточный
  - Г. итоговый

#### **Тема 4. Человек в организации.**

- Кто такой менеджер?
- А. профессиональный управляющий в условиях рынка
  - Б. любой работник аппарата управления
  - В. профессиональный управляющий в любой социальной сфере
- На сколько уровней подразделяют менеджеров?
- А. на два
  - Б. на три
  - В. на четыре
  - Г. на пять
- Расположите уровни управления в зависимости от числа менеджеров в них в порядке возрастания.
- А. высший
  - Б. низовой
  - В. средний
- Что такое власть?
- А. возможность влиять на других людей и подчинять их своей воле
  - Б. врожденное желание человека повелевать другими
  - В. так называют всех государственных и муниципальных чиновников
- Выберите три наиболее важные функции менеджера.
- А. сбор информации о внутренней и внешней среде для определения целей фирмы
  - Б. принятие решений и ответственность за их последствия
  - В. формирование отношений с работниками, их мотивация, создание коллектива
  - Г. бенчмаркинг
  - Д. аутсорсинг
  - Е. дизайн своего офиса
- Когда у человека появляется формальная власть?
- А. когда его назначают на должность
  - Б. после того, как он ознакомится с коллективом
  - В. когда подчиненные убедятся в том, что он знает дело

- Г. если он показывает хорошие личные качества
- Руководители какого уровня непосредственно организуют деятельность рабочих?
- А. низового
  - Б. среднего
  - В. высшего
  - Г. всех уровней
- Какую из функций, выполняемых менеджером, Вы бы отнесли к наиболее важной?
- А. определение целей организации или подразделения
  - Б. осуществление внешних коммуникаций
  - В. разрешение конфликтных ситуаций
  - Г. переговоры с поставщиками
- Какую из функций, перечисленных ниже, Вы бы отнесли к наиболее важной для менеджера?
- А. проведение совещаний
  - Б. принятие решений
  - В. контроль за использованием рабочего времени подчиненными
  - Г. приобретение современного офисного оборудования
- Что должно быть у руководителя для реальной власти?
- А. должность
  - Б. авторитет
  - В. внушительная фигура
  - Г. умение красиво говорить
  - Д. хорошие отношения с областным и муниципальным руководством
- Чем может измеряться объем власти?
- А. числом подчиненных
  - Б. количеством ресурсов, находящихся в распоряжении руководителя
  - В. участием в выборных кампаниях
  - Г. частыми публикациями сведений о руководителе в прессе и на телевидении
- Кто из перечисленных руководителей является функциональным?
- А. главный инженер
  - Б. главный бухгалтер
  - В. мастер цеха
  - Г. директор фирмы
- Руководители какого уровня преимущественно заняты контролем?
- А. высшего
  - Б. среднего
  - В. низового
- Какой уровень управления определяет цели и устанавливает плановые показатели?
- А. высший
  - Б. средний
  - В. низовой
- На каком уровне управления число менеджеров меньше других?
- А. на высшем
  - Б. на среднем
  - В. на низовом
- Какой уровень управления в крупной организации отличается наибольшим количеством менеджеров?
- А. высший
  - Б. средний
  - В. низовой
- Сколько основ власти различают в менеджменте?
- А. две
  - Б. четыре
  - В. шесть
  - Г. восемь
- Для чего используется Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов?
- А. для определения функций и обязанностей рабочих и служащих
  - Б. для определения стажа работников
  - В. при переводе работника на другое место
  - Г. для правильного наименования профессий и должностей
- Какие документы используются при подготовке должностной инструкции?
- А. Гражданский кодекс РФ
  - Б. Трудовой кодекс РФ
  - В. Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов

- Г. Квалификационный справочник обязанностей должностных лиц
  - Д. Уголовный кодекс РФ
- Какой документ определяет меры поощрения и принуждения, которые может применять руководитель?
- А. Уголовный кодекс РФ
  - Б. Гражданский кодекс РФ
  - В. Трудовой кодекс РФ
  - Г. Коллективный договор
- Выберите меры поощрения для подчиненных, которые предусмотрены Трудовым кодексом РФ
- А. благодарность
  - Б. почетная грамота
  - В. ценный подарок
  - Г. поздравление работника с днем рождения
  - Д. приглашение принять участие в совещании
  - Е. упоминание заслуг работника на собрании коллектива
- Какие дисциплинарные взыскания может применять руководитель по Трудовому кодексу РФ?
- А. замечание
  - Б. выговор
  - В. строгий выговор
  - Г. увольнение с работы
  - Д. перевод на нижеоплачиваемую должность
  - Е. наложение денежного штрафа
- Что включает экспертная власть?
- А. знания и компетентность руководителя
  - Б. харизму
  - В. традицию подчиняться
  - Г. привлекательную внешность руководителя
- Что такое стиль управления?
- А. профессиональная деятельность менеджера
  - Б. методы управления менеджера
  - В. повседневное поведение менеджера
  - Г. устойчивые способы решения задач
- Какой стиль управления наиболее оправдывает себя в период создания организации?
- А. авторитарный
  - Б. демократический
  - В. либеральный
- Какой стиль эффективен в кризисных условиях существования организации?
- А. авторитарный
  - Б. демократический
  - В. либеральный
- Для какого руководителя характерно широкое делегирование полномочий подчиненным по второстепенным вопросам и сохранение своих полномочий по наиболее важным проблемам?
- А. для авторитарного
  - Б. для демократического
  - В. для либерального
- При каком стиле работники привлекаются к участию в управлении, при этом улучшаются результаты деятельности организации?
- А. при авторитарном
  - Б. при демократическом
  - В. при либеральном
- Какой стиль сопровождается несколько большими затратами времени на решение задач?
- А. авторитарный
  - Б. демократический
  - В. либеральный
- Какой коллектив допускает использование либерального стиля управления?
- А. дисциплинированный
  - Б. квалифицированный
  - В. любой
  - Г. в котором создались неформальные группы
  - Д. находящийся на этапе формирования
- При каком стиле руководитель делегирует свои полномочия подчиненным, предоставляя им право принятия решений по всем вопросам?
- А. при авторитарном
  - Б. при демократическом

- В. при либеральном
- Какой стиль увеличивает возможность частых конфликтов в коллективе?
- А. авторитарный
  - Б. демократический
  - В. либеральный
- При каком подходе делят руководителей на авторитарных, демократических и либеральных?
- А. одномерном
  - Б. двумерном
  - В. трехмерном
  - Г. любом
- Знаменитая управленческая решетка использует для определения стиля руководителя следующие характеристики:
- А. забота о производстве
  - Б. забота о коллективе
  - В. забота о поддержании спроса на продукцию
  - Г. забота о дизайне интерьера фирмы
- Управленческую решетку для определения стиля руководства создали:
- А. П. Друкер и А. Маслоу
  - Б. А. Файоль и Ф. Герцберг
  - В. Р. Блейк и Дж. Моутон
  - Г. А. Гастев и А. Берг
- В каждом человеке с малых лет воспитывается традиция подчинения старшим и руководителям. Эта традиция сейчас...
- А. разрушается
  - Б. укрепляется
  - В. с ней не происходят какие-то изменения
- Назовите две главные причины, по которым происходит разрушение у людей традиции подчиняться руководителям
- А. выравнивание уровней образования руководителя и подчиненного
  - Б. уклонение молодежи от службы в Вооруженных силах
  - В. неверие в способность руководителей эффективно управлять организациями
  - Г. стремление современных руководителей к личному обогащению
- Какие принципы могут быть положены в формирование имиджа менеджера?
- А. разделение труда и ответственности
  - Б. дисциплины и стабильности коллектива
  - В. повторения и непрерывного усиления действия
  - Г. справедливости и единоначалия
- Какие основы власти влияют на авторитет руководителя?
- А. принуждение
  - Б. поощрение работников
  - В. знания и компетентность
  - Г. привлекательные личные качества руководителя
- Что такое харизма?
- А. особые качества личности, делающие ее привлекательными для окружающих
  - Б. этот термин вообще не применяется в менеджменте
  - В. умение руководителя передавать свои функции подчиненным
  - Г. способность руководителя привлекать подчиненных для выработки решений
- Какое качество дается менеджеру особенно трудно?
- А. умение говорить
  - Б. умение слушать
  - В. умение пользоваться компьютером
  - Г. умение медитировать
- В чем смысл инновационной функции менеджера?
- А. в применении новейших достижений науки и техники для производства полезных продуктов или услуг
  - Б. в умении предвидеть развитие событий
  - В. в применении информационных технологий для целей управления
  - Г. в стремлении повысить квалификацию подчиненных
- Выберите две главные обязанности руководителей высшего уровня
- А. выработка целей организации
  - Б. разработка стратегии организации
  - В. регулярные встречи с рабочими
  - Г. разработка дневных заданий рабочим

- Д. контроль за правильностью эксплуатации оборудования
- Какое качество наиболее присуще руководителям низового уровня?
- А. коммуникабельность
  - Б. умение видеть перспективу развития организации
  - В. способность составить бизнес-план
  - Г. умение определить цели организации
- Какое качество руководителя Вы отнесете к профессиональным?
- А. компетентность
  - Б. умение организовать дело
  - В. честность
  - Г. здоровый образ жизни
- Выберите два качества руководителя, которые относят к личностным
- А. знания и компетентность
  - Б. стремление к власти
  - В. смелость
  - Г. справедливость
- Какой документ считают в организации основным, регулирующим ее деятельность?
- А. распоряжение
  - Б. команду
  - В. приказ
  - Г. указание
- Устанавливая задачу подчиненному, какие из приведенных ниже рекомендаций нужно учитывать?
- А. выбирать такое время, когда подчиненный находится в хорошем настроении
  - Б. задание надо давать в утренние часы
  - В. задание должно быть выполнимым
  - Г. чрезмерно не регламентировать действия подчиненного
- Кто должен взяться за задание, если оно выполнимо, но только в очень сжатые сроки?
- А. очень исполнительный подчиненный
  - Б. это задание может выполнить подчиненный, но нужно установить срок
  - В. сам руководитель
- Возникло задание, срочности выполнения которого нет. В то же время существует сомнение, что оно вообще может быть выполнено. Что делать с таким заданием?
- А. поручить его выполнение подчиненному
  - Б. отложить это задание вообще
  - В. взяться его решать самому руководителю в свободное время
  - Г. поручить подчиненному и установить срок выполнения
- Срочности в выполнении задания нет, но существует полная уверенность в том, что его можно решить. Кому следует выполнять задание?
- А. самому руководителю
  - Б. подчиненному, но следует установить срок его выполнения
  - В. отказаться вообще от этого задания
- Возникла срочная задача, но существует сильное сомнение, что она в теперешних условиях может быть решена. Как поступить с такой задачей?
- А. решать ее самому
  - Б. отказаться от решения
  - В. поручить подчиненному, но установить срок ее решения
  - Г. делегировать одному из подчиненных, при этом регулярно интересоваться, как идет решение задачи и при необходимости помогая ему
- Что из перечисленного ниже относится к формам влияния на подчиненных?
- А. похвала
  - Б. планирование их работы
  - В. критика
  - Г. контроль их деятельности
  - Д. принятие решений
- Вы заметили неправильные с Вашей точки зрения действия подчиненного. Как Вы поступите?
- А. сразу же выскажу ему свои претензии в присутствии его коллег
  - Б. отзову его в сторону и укажу ему на ошибку
  - В. наедине с ним изложу свою точку зрения на возможные действия подчиненного в подобной ситуации, выслушаю его объяснение и только после этого выскажу претензии
- Желательно ли знать личностные характеристики человека, с которым Вы будет вести деловые переговоры?
- А. нет, ведь неизвестно, кого фирма пришлет на переговоры
  - Б. какая разница, кто придет на переговоры, важен ведь только результат
  - В. да, если будет свободное время



- Г. да, нужно постараться выяснить возраст, должность, характер, привычки партнера
- Какую форму влияния применил руководитель к подчиненному, упомянув в своем выступлении по телевидению его имя в числе успешных работников?
- А. внушение
  - Б. критику
  - В. похвалу
  - Г. убеждение
- Что понимают под самоменеджментом?
- А. умение управлять собой
  - Б. стремление к повышению квалификации
  - В. умение целесообразно распределять свое время
  - Г. постоянный контроль за подчиненными
  - Д. знание Трудового кодекса РФ
- Отличается ли распределение рабочего времени российских менеджеров от американских?
- А. практически не отличается
  - Б. имеет небольшие отличия
  - В. по ряду позиций отличается в несколько раз
- Каковы затраты рабочего времени на работу с документами у российских менеджеров в сравнении с американскими?
- А. в два раза больше
  - Б. немного больше
  - В. немного меньше
  - Г. в два раза меньше
- Как организовать хронометраж собственного рабочего времени?
- А. ежедневно в течение недели вести записи затрат времени в минутах
  - Б. выделить основные направления затрат времени (сон, отдых, телефонные звонки и т.д.)
  - В. посчитать время в минутах на каждый вид затрат
  - Г. проанализировать целесообразность затрат
  - Д. наметить собственные действия по более целесообразному использованию времени
  - Е. все ответы верные
- Что такое хронометраж рабочего времени?
- А. соблюдение времени начала и окончания рабочего времени, перерывов на обед
  - Б. использование секундомера для установления продолжительности рабочих движений
  - В. проверка всех часов в организации по сигналам точного времени
  - Г. определение собственных затрат времени на различные действия в организации и дома
- Как правильно спланировать свое рабочее время?
- А. накануне вечером составить перечень задач на следующий день
  - Б. расположить задачи в порядке важности и определить время на их выполнение
  - В. в начале нового рабочего дня утром пересмотреть и откорректировать план, добавив или исключив некоторые задачи
  - Г. начать выполнение задач с наиболее важных
  - Д. в конце рабочего дня проанализировать выполнение задач, составить новый план, перенести в него невыполненные задачи и добавить новые
  - Е. все ответы верные
- Каким документом определяются должностные обязанности работника?
- А. уставом организации
  - Б. организационной структурой
  - В. положением о структурном подразделении
  - Г. должностной инструкцией
- Какие из перечисленных обязанностей подчиненного не являются официальными?
- А. иметь определенный уровень образования
  - Б. должен знать ряд законов, инструкций, положений
  - В. соблюдать дистанцию между собой и руководителем
  - Г. не вмешиваться в дела руководителя
  - Д. несет ответственность за сохранность имущества
- Каков в среднем процент активных работников, способных выдвигать новые идеи, в организациях?
- А. более половины работников
  - Б. более 30%
  - В. более 20%
  - Г. менее 20%
- Как организовать работу творческой группы людей по методу Дельфи?
- А. найти творческих людей в своей организации
  - Б. на общем заседании творческой группы поставить перед ней задачу



- В. организовать индивидуальную работу членов творческой группы по разработке различных вариантов решения задачи
  - Г. провести заседание группы, заслушать каждого участника и обсудить его вариант
  - Д. выбрать наилучший вариант решения задачи
  - Е. внести в отобранный вариант усовершенствования
  - Ж. принять улучшенный вариант для реализации
  - З. все ответы верные
- Как работают по поиску вариантов решения задач методом "мозгового штурма"?
- А. создают творческую группу из числа работников организации
  - Б. перед творческой группой объясняют возникшую проблему
  - В. каждый член творческой группы немедленно предлагает свой вариант решения задачи
  - Г. все варианты решения задачи представляются руководству организации
  - Д. руководство организации отбирает и реализует один из вариантов
  - Е. все ответы верные
- Отберите из предложенного списка неформальные группы
- А. отдел кадров
  - Б. трудовой коллектив организации
  - В. учебный отдел нашего колледжа
  - Г. несколько работников, постоянно выезжающих в свободное время на лов рыбы
  - Д. трое работников, вместе отмечающих дни рождения
- Что такое стресс?
- А. кратковременное нервное напряжение
  - Б. способ влияния на подчиненных
  - В. постоянное нервное напряжение в ответ на неблагоприятные воздействия окружения
  - Г. мотивационный стимул
- Что из перечисленного ниже не относится к физиологическому фактору стресса?
- А. шум в помещении
  - Б. травма
  - В. грубость коллег
  - Г. низкая температура в офисе
- Какой фактор внешней среды способствует возникновению стресса?
- А. непродуманная организационная структура фирмы
  - Б. стиль управления
  - В. инфляция
  - Г. грубость коллег
- Какие факторы внутренней среды организации могут вызвать стресс?
- А. недостатки в организационной структуре
  - Б. стиль управления
  - В. инфляция
  - Г. принятие закона, неблагоприятного для организации
- Степень нервной напряженности человека можно измерить по методике следующих теоретиков...
- А. А. Маслоу и М. Фоллет
  - Б. Т. Холмса и Р. Рея
  - В. П. Друкера и Г. Эмерсона
  - Г. Г. Форда и Ф. Герцберга
- Всегда ли стресс носит негативный характер?
- А. да, всегда
  - Б. да, тогда, когда он разрушительно действует на психику человека
  - В. нет, не всегда, в некоторых случаях он заставляет человека работать эффективнее
- В зависимости от темперамента какие типы людей менее подвержены влиянию стресса?
- А. холерики
  - Б. сангвиники
  - В. флегматики
  - Г. меланхолики
- Какая из приведенных ниже функций менеджмента лишняя?
- А. планирование
  - Б. организация
  - В. распоряжение
  - Г. контроль
- Какая функция дает представление о реальных процессах, происходящих в организации?
- А. контроль
  - Б. организация
  - В. планирование

- Г. координация
- Что такое стратегия?
- А. долговременный план развития организации
  - Б. общее направление развития организации
  - В. система планов развития организации
- Что такое стратегическое видение?
- А. предвидение будущих изменений внешней среды
  - Б. то же, что и диверсификация
  - В. стремление приблизить положительные результаты деятельности
  - Г. описание желаемого состояния фирмы в будущем
- Миссия фирмы - это...
- А. торговая марка
  - Б. форма интеграции организаций
  - В. главная цель организации
  - Г. способ продвижения продукта
- К какому разделу SWOT-анализа Вы отнесете сильную конкуренцию в отрасли?
- А. к сильным сторонам организации
  - Б. к слабым сторонам организации
  - В. к возможностям
  - Г. к угрозам
- Должен ли заключаться трудовой договор с каждым членом организации?
- А. да
  - Б. нет, такой договор заключается только с руководителями организации
  - В. нет, сейчас вместо трудового заключают коллективный договор
- Отдел кадров принимает на работу нового сотрудника. Какие документы при этом обязательно составляются (выберите из списка)?
- А. заявление от работника о приеме на работу
  - Б. трудовой договор между администрацией и работником
  - В. приказ о зачислении работника в штат организации
  - Г. коллективный договор
  - Д. анкета пожеланий работника
  - Е. резюме нового работника
- Что такое мотивация?
- А. процесс побуждения себя и людей к действиям
  - Б. выбор оптимального решения
  - В. способ коммуникаций
  - Г. релевантная информация
- Имеют ли работники право создавать профсоюзную организацию для защиты своих интересов?
- А. да, если руководство организации даст согласие
  - Б. да, если разрешат городские или областные власти
  - В. да, работники это могут сделать всегда
  - Г. нет, так как это право предоставлено руководителям организации
- Когда вырабатываются стандарты, нормы контроля?
- А. перед началом контроля
  - Б. в ходе наблюдений
  - В. при завершении контроля
  - Г. на всех указанных этапах
- Что такое «точки контроля»?
- А. все возможные проверяемые объекты
  - Б. всего несколько объектов, а полученные результаты распространяются и на других
  - В. особые отметки на проверенных объектах
- Что проверяется при предварительном контроле?
- А. правильность использования технологического оборудования
  - Б. соблюдение правил внутреннего трудового распорядка
  - В. готовность работников выполнять действия
  - Г. все здесь перечисленное
- Что такое релевантная информация?
- А. относящаяся к делу
  - Б. разновидность невербальной информации
  - В. то же, что и слухи
  - Г. всякая управленческая информация
- Каким способом разрабатывается наиболее качественное решение?
- А. интуитивным

- Б. рациональным
  - В. единоличным
  - Г. экономическим
- Является ли разработка альтернатив обязательной при рациональном решении?
- А. да
  - Б. только в исключительных случаях
  - В. нет
- Выберите правильное определение трудового коллектива.
- А. Объединение работников, осуществляющих совместную трудовую деятельность
  - Б. Наемные работники
  - В. Собственники организации
- Как образуются неформальные группы?
- А. С разрешения руководителя организации (подразделения)
  - Б. Спонтанно
  - В. При согласии работников и администрации
- Что заставляет работников объединяться в неформальные группы?
- А. Стремление продвинуться по карьерной лестнице
  - Б. Желание получить психологические выгоды: защиту, помощь, общение с интересными людьми
  - В. Расчет на материальные выгоды
- Возможность влиять на поведение других людей с целью подчинить их своей воле в менеджменте называется...
- А. Влиянием
  - Б. Властью
  - В. Лидерством
  - Г. Стилем
- Руководитель доказал подчиненному, что поставленная перед ним задача входит в круг его обязанностей. С этой целью руководитель использовал должностную инструкцию, ссылаясь на Трудовой кодекс и устав организации. Какая форма влияния на подчиненного использована?
- А. Критика
  - Б. Внушение
  - В. Убеждение
- Выберите наиболее подходящий с точки зрения менеджмента подход к конфликтам
- А. Конфликт - отрицательное явление, он негативно влияет на организацию
  - Б. В любом случае конфликтов следует избегать
  - В. В конфликте могут обнаружиться недостатки в организации, взаимоотношениях людей. При устранении их организация выигрывает.
  - Г. В хорошей организации конфликтов нет вообще.
- Выберите существующие методы разрешения конфликтов
- А. Психологические
  - Б. Производственные
  - В. Структурные
  - Г. Межличностные
- Сколько видов конфликтов различает менеджмент?
- А. Два
  - Б. Три
  - В. Четыре
  - Г. Пять
- Выберите действия руководителей при структурном методе разрешения конфликта
- А. Угроза конфликтующему уволить его с работы
  - Б. Пересмотр должностных инструкций работников
  - В. Изменение структуры управления организацией
  - Г. Изменение правил внутреннего трудового распорядка
- Бригадир Соколов В.П. спокойно выслушал электрика Петрова Д.А., возмущавшегося несправедливым распределением премии, признал его доводы убедительными и заявил, что он внесет предложения директору предприятия по изменению приказа о премировании. Какой способ разрешения конфликта избрал бригадир?
- А. Разрешения конфликта силой
  - Б. Уклонение от конфликта
  - В. Уступку
  - Г. Компромисс
- Какой способ разрешения межличностного конфликта считается наиболее рациональным?
- А. Компромисс
  - Б. Сотрудничество

- В. Уступка
- Г. Уклонение
- Д. Разрешение силой

### **Примерные (типовые) задания**

#### **Задание 1.**

На основе исходных данных определите факторы внешней и внутренней среды и занести их в таблицу.

#### **Задание 2.**

Проведите анализ представленных миссий по основным элементам, включенные в миссию компании по следующим направлениям:

1. Сфера бизнеса, в которой работает компания.
2. Предназначение организации и ее роль в системе национального хозяйства и общества в целом.
3. Возможность оперативного и своевременного изменения стратегического курса организации в соответствии с изменяющимися условиями внешней среды.

#### **Задание 3.**

Определить какие из перечисленных целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными

#### **Задание 4.**

Компания «Грамотей» планирует переезд в новый офис. Для организации и управления ходом выполнения работ необходимо разработать проект процесса переезда.

Проект содержит следующие крупные мероприятия:

##### 1. Технические:

- поиск новых офисов;
- отделка помещения;
- перевозка мебели;
- перевозка ИТ – оборудования;
- расстановка мебели;
- установка ИТ – оборудования.

##### 2. Организационные:

- рассмотрение архитектурных планов предлагаемых офисных помещений,
- переговоры об аренде;
- составление плана расположения оборудования и мебели в помещении.

#### **Задание 5.**

Заполните таблицу. Распределите представленные под таблицей меры и действия руководителя в нужные ячейки, учитывая стадии жизненного цикла организации.

#### **Задание 6.**

По представленным организационным структурам управления известными зарубежными фирмами:

укажите, элементы каких традиционных, простых организационных структур содержатся в этих структурах; определите важнейшие уровни аппаратов управления и их функции;

проанализируйте организационную структуру по продукту и её особенности;

определите местоположение и функции производственных и производственно-хозяйственных подразделений;

определите роль, местоположение, функции и организационное построение подразделений, осуществляющих заграничные операции (международных отделений);

определите функции центральных служб.

#### **Задание 7**

Изучите и запишите сущность теорий лидерских качеств следующих авторов: Р.Стогдилла, О. Тида, Э. Гизелли, Г.Юкла, У.Бенниса.

#### **Задание 8**

Заполните таблицу «Характеристика основных типов лидеров».

#### **Задание 9**

Заполните сравнительную таблицу стилей управления по заданным критериям.

### **Вопросы для устного опроса**

1. Поясните отличия между лидером и руководителем.
2. Охарактеризуйте различные подходы к лидерству.
3. Какие теории лидерства Вы знаете?
4. Чем отличается ситуационный подход к лидерству от поведенческого?
5. Приведите классификацию стилей управления.
6. Назовите основные формы власти руководителя.
7. Дайте понятия: власть, влияние, лидерство, харизма.
8. Как руководителю осуществить выбор стиля руководства?

9. Кто такой «лидер» в организации?
10. Какими качествами должен обладать лидер?
11. Приведите пример харизматичной личности.
12. Какие типы лидеров Вы можете назвать? Дайте их характеристику.
13. Назовите преимущества стилей управления и их недостатки.
14. Назовите основные профессиональные качества руководителя.
15. Какими навыками должен обладать руководитель?
16. Из каких элементов складывается имидж руководителя?
17. Какими деловыми качествами должен обладать менеджер?
18. Что должен знать менеджер эффективного руководства организацией?
19. Перечислите возможные элементы модели эффективного руководителя.
20. В чем смысл содержания труда менеджера?
21. Что такое руководство?
22. Перечислите свойства личности, подходящие для профессии руководителя?
23. Как осуществляется планирование личной работы руководителя?
24. Как должен руководитель работать с корреспонденцией?
25. Что означает «управление временем»?
26. Перечислите основные признаки недостатка времени.
27. Какие инструменты существуют для эффективного управления временем?
28. Какие из перечисленных полномочий руководитель может делегировать в условиях дефицита

времени:

- 1) принятие стратегических решений;
- 2) подготовительные операции;
- 3) частные вопросы;
- 4) контроль результатов работы;
- 5) установление целей?

29. Какие из перечисленных полномочий руководитель не может делегировать в условиях дефицита

времени:

- 1) контроль результатов работы;
- 2) полномочия, способствующие профессиональному росту сотрудников;
- 3) принятие стратегических решений;
- 4) рутинную работу;
- 5) частные вопросы?

30. Что такое самоменеджмент?

31. Назовите функции самоменеджмента.

32. Из каких личных качеств складывается искусство управлять собой?

### **Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения рубежного контроля**

1. Относительно самостоятельные, однородные, специализированные и обособленные виды управленческой деятельности, объективно необходимые для реализации целей системы управления, называются

- А. стратегия управления
- Б. тактика управления
- В. функция управления
- Г. процесс управления

2. Теория мотивации, в которой фигурируют затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение:

- А. модель Портера – Лоулера
- Б. теория А. Маслоу
- В. теория Ф. Герцберга

3. К функциям менеджмента относится все, кроме:

- А. планирования
- Б. мотивации
- В. информирования
- Г. контроля
- Д. организации

4. Иерархия потребностей А. Маслоу включает в себя все, кроме:

- А. физиологии
- Б. безопасности
- В. социального статуса
- Г. вознаграждения
- Д. уважения
- Е. самореализации

5. Общая цель предприятия, выражающая причину его существования, – это:
- А. миссия
  - Б. целеполагание
  - В. стратегия
6. Внешний раздражитель, склоняющий к действию, – это:
- А. стимул
  - Б. мотив
  - В. потребность
7. Выберите неверную характеристику миссии организации:
- А. конечная цель, философия организации
  - Б. глобальная задача фирмы
  - В. общий всесторонний план достижения целей
  - Г. выражает причину существования организации
8. Теория мотивации, согласно которой людям присущи власть, успех и причастность, – это:
- А. теория Врума
  - Б. теория Фидлера
  - В. теория Тейлора
  - Г. теория Мак-Клелланда
9. Стратегия – это:
- А. философия организации
  - Б. общий всесторонний комплексный план достижения целей организации и осуществления миссии
  - В. краткосрочная программа для достижения цели
  - Г. миссия фирмы
10. Назовите фактор в соответствии с теорией Герцберга, который относится к гигиеническим:
- А. заработная плата
  - Б. потребность в успехе
  - В. потребность во власти
  - Г. самореализация
11. В процессе планирования первым шагом является:
- А. определение проблемы
  - Б. определение целей
  - В. определение бизнеса
  - Г. все вышеперечисленное верно
12. Внутреннее побуждение (импульс), который заставляет человека поступать определенным образом:
- А. потребность
  - Б. мотив
  - В. стимул
13. Краткосрочная программа для достижения цели, разрабатываемая обычно на уровне руководителей среднего звена, – это:
- А. стратегия
  - Б. тактика
  - В. миссия
14. Последовательность в упрощенной модели мотивации через потребность:
- А. цель, мотив, действие, потребность
  - Б. потребность, мотив, действие, цель
  - В. мотив, цель, потребность, действие
  - Г. действие, потребность, цель, мотив
15. Суть делегирования – это:
- А. определение влияния
  - Б. передача властных полномочий вниз и принятие их менеджером низшего звена
  - В. формирование иерархии
16. К авторам содержательных теорий относится все, кроме:
- А. Маслоу
  - Б. Врума
  - В. Герцберга
  - Г. Мак-Клелланда
17. Порядок подчинения низших должностей высшим, называется:
- А. делегированием полномочий
  - Б. организацией
  - В. иерархией
  - Г. все вышеперечисленное верно
18. Автор процессуальной теории:
- А. Оучи

- Б. Герцберг
  - В. Маслоу
  - Г. Врум
19. Норма управляемости – это:
- А. количество звеньев управления в подчинении одного руководителя
  - Б. количество начальников у одного подчиненного
20. «Гигиенические» факторы мотивации разработал:
- А. Врум
  - Б. Оучи
  - В. Герцберг
  - Г. Маслоу
21. Выберите неверное утверждение:
- А. полномочия в менеджменте – это право принимать решение в организации
  - Б. полномочия включают в себя власть
  - В. полномочия относятся к профессии менеджера
  - Г. делегирование полномочий – это процесс передачи полномочий вышестоящим руководителем на выполнение специальных заданий
22. Автор теории ожиданий в мотивационном процессе:
- А. Адамс
  - Б. Врум
  - В. Оучи
  - Г. Герцберг
  - Д. Маслоу
23. Система связей и полномочий, объединяющая людей для достижения целей организации, называется:
- А. организационной структурой
  - Б. системой управления
  - В. организационной культурой
24. К мотивирующим факторам, по теории Ф. Герцберга, относятся все, кроме:
- А. условий работы
  - Б. продвижения по службе
  - В. успеха
  - Г. признания и одобрения
25. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации – это:
- А. организация
  - Б. мотивация
  - В. мотив
  - Г. стимул
26. К методам управления не относится:
- А. административный
  - Б. управленческий
  - В. экономический
  - Г. социально-психологический
27. Вид контроля, нацеленный на текущий учет, анализ осуществляемых процессов и имеющий задачу обеспечения выполнения принятых плановых заданий:
- А. финансовый
  - Б. оперативный
  - В. полный
  - Г. предварительный
28. Все характеристики о власти верны, кроме:
- А. власть – это право, которым наделен человек в силу своего служебного положения в организации
  - Б. власть – это возможность влиять на поведение других людей
  - В. власть может быть эталонной, экспертной, законной
  - Г. харизма не относится к власти
29. К типам контроля относятся все, кроме:
- А. предварительного
  - Б. заключительного
  - В. текущего
  - Г. стратегического
30. Принцип вознаграждения гласит:
- А. любое положительное действие должно быть вознаграждено
  - Б. нет необходимости решать все вопросы на высшем уровне
  - В. работнику нужно время, чтобы освоиться

- Г. инициатива со стороны персонала должна быть поддержана
31. Обратная связь имеет наиболее важное значение при выполнении функции:
- мотивации
  - планирования
  - контроля
  - организации
32. К требованиям цели не относится:
- измеримость
  - срочность
  - конкретность
  - достижимость
  - ориентация цели во времени
  - согласованность
33. Обеспечение взаимодействия всех лиц и осуществление действий, направленных на достижение единых целей предприятия, называется:
- мотивацией
  - согласованием
  - распорядительством
  - организацией
34. Выберите верное утверждение:
- долгосрочные цели устанавливаются на период от 1 до 5 лет
  - по функциональным областям цели могут быть рыночные, производственные, финансовые, организационные
  - определение целей является важным этапом контроля
35. Совокупность непрерывных, последовательно выполняемых, взаимосвязанных действий по формированию и использованию ресурсов организации для достижения ею своих целей называется:
- процесс управления
  - функция управления
  - стратегия управления
  - тактика управления

**Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения семинара**

Семинар на тему: «Основные идеи различных школ менеджмента, существовавших в России и за рубежом».

- Зарубежные подходы к анализу стиля руководства.
- Особенности менеджмента в Соединенных Штатах Америки (США).
- Особенности управления персоналом, информацией, качеством, ресурсами.
- Стратегическое управление.
- Особенности менеджмента в Японии.
- Принципы японского управления.
- Управление персоналом в Японии.
- Система подготовки японских управляющих.
- Особенности управления в европейских странах.
- Концепция занятости.
- Управление качеством, инновациями.
- Менталитет и менеджмент.
- Внедрение новых технологий.
- Сравнительный анализ американского и японского менеджмента.
- Основные различия российского и зарубежного менеджмента.
- Немецкая модель управления.
- Западноевропейская модель управления.
- Экономическая реформа и либеральная экономика в России.
- Особенности российского менеджмента и их анализ.
- Два подхода в понимании российского менеджмента.
- Формирование практической концепции менеджмента в России.
- Современные предпосылки и трудности российского менеджмента.
- Новая парадигма управления.
- Систематизация и балансировка основных аспектов, затрудняющих и благоприятствующих отечественному менеджменту.
- Инфраструктура российского менеджмента.
- Использование в российской практике зарубежного опыта менеджмента: японского, американского, немецкого и пр.
- Зарубежные подходы к анализу стиля руководства.
- Особенности менеджмента в Соединенных Штатах Америки.



29. Изучение отечественного опыта совершенствования управления.
30. Теория и практика управления в дореволюционной России.
31. Практика управления в СССР.

### **Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации**

#### **Примерные ( типовые) вопросы к зачету**

1. Сущность функции планирования. Основные этапы и модель процесса планирования. Формы и виды планов.
2. Перечислите характеристики целей. Что такое «Дерево целей»? Какие Вы знаете виды целей?
3. Назовите формы планирования, их содержание и отличительные особенности.
4. Что такое полномочие? В чем сущность процесса делегирования полномочий?
5. Назовите формы и виды контроля.
6. Что такое мотивация? Что такое стимулирование? Назовите основные принципы стимулирования.
7. Дайте характеристику содержательных и процессуальных теорий мотивации.
8. Дайте определение функции контроля. Назовите виды контроля по объекту. Приведите примеры внешнего и внутреннего контроля.
9. Сформулируйте основные задачи контроля. Назовите основные этапы процесса контроля.
10. Назовите виды контроля в зависимости от субъекта контроля?
11. Какова цель предварительного контроля? Какова цель текущего контроля? Какие цели преследует заключительный контроль?
12. Понятие и сущность организации, ее признаки.
13. Миссия и цель организации.
14. Координация в организациях.
15. Организационные коммуникации.
16. Характеристика процесса коммуникации в организации.
17. Назовите этапы жизненного цикла организации.
18. Какие организационные формы Вы знаете? Какие формы наиболее развиты на сегодняшний день в России?
19. Перечислите типы организационных структур. Каковы основы построения организационных структур?
20. Сформулируйте основные требования к современным организационным структурам.
21. Какие обязанности выполняют руководители высшего, среднего и низового звеньев управления?
21. Поясните отличия между лидером и руководителем.
22. Охарактеризуйте различные подходы к лидерству.
23. Приведите классификацию стилей управления.
24. Назовите основные формы власти руководителя.
25. Дайте понятия: власть, влияние, лидерство, харизма.
26. Какие типы лидеров Вы можете назвать? Дайте их характеристику.
27. Перечислите возможные элементы модели эффективного руководителя.
28. Перечислите свойства личности, подходящие для профессии руководителя?
29. Что такое самоменеджмент? Назовите функции самоменеджмента.
30. Из каких личных качеств складывается искусство управлять собой?

#### **Примерные ( типовые) задания ( оценочные средства), выносимые на зачет**

##### **Задание 1.**

На основе исходных данных определите факторы внешней и внутренней среды и занести их в таблицу.

##### **Задание 2.**

Проведите анализ представленных миссий по основным элементам.

##### **Задание 3.**

Определить какие из перечисленных целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными

##### **Задание 4.**

Заполните таблицу. Распределите представленные под таблицей меры и действия руководителя в нужные ячейки, учитывая стадии жизненного цикла организации.

##### **Задание 5.**

По представленной организационной структуре управления:

определите местоположение и функции производственных и производственно-хозяйственных подразделений;

определите функции центральных служб.

#### **Задание 6**

Заполните таблицу «Характеристика основных типов лидеров».

#### **Задание 7**

Заполните сравнительную таблицу стилей управления по заданным критериям.

**Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения входного контроля.**

### **РАЗДЕЛ 3. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

**Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения входного контроля.**

#### **Примерные вопросы собеседования (устного опроса)**

1. Дайте определение «маркетинг».
2. Что входит в понятие «маркетинг».
3. Какие виды деятельности может выполнять маркетолог?

**Примерные ( типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля**

#### **Примерные типовые конкретные ситуации**

##### **Конкретная ситуация «Маркетинговая концепция страховой компании»**

###### **ВОПРОСЫ:**

1. Есть ли специфика маркетинговой концепции организации, предоставляющей услуги, по сравнению с концепцией компании товаропроизводителя?
2. Какую маркетинговую концепцию реализует «Страховой компании НИК»?
3. Какие элементы маркетингового комплекса страховой компании можно увидеть по материалу данной ситуации?
4. Какие элементы маркетинг-микс «СК НИК» можно смоделировать, по аналогии с другими известными вам страховыми организациями?

##### **Конкретная ситуация «Переход компании на маркетинговую концепцию»**

###### **ВОПРОСЫ:**

1. Сформулируйте миссию предприятия, установите основные маркетинговые цели и задачи компании. Укажите пути выполнения этих задач.
2. Какую выгоду может получить завод в результате перехода на маркетинговую концепцию?

##### **Конкретная ситуация «Маркетинг высокотехнологических услуг»**

###### **ВОПРОСЫ:**

1. Каковы основные маркетинговые цели компании?
2. На каких целевых рынках может работать данная компания?
3. Какая маркетинговая концепция адекватна поставленным целям?
4. Какие ключевые задачи компании вытекают из данных целей?

Укажите пути выполнения этих задач.

##### **Конкретная ситуация «Исследование рынка сети продовольственных товаров»**

###### **ВОПРОСЫ:**

1. Какие виды информации используются в приведённом отрывке? Подтвердите ответ примерами.
2. Из каких источников была получена данная информация?
3. Какой тип исследования позволяет получить данную информацию?
4. Какие маркетинговые решения могут быть приняты, в соответствии с анализом деятельности ООО «Провиант»?

##### **Конкретная ситуация «Составление плана маркетингового исследования» (КС5)**

Компания «New Age» является производителем столовой воды «Курортная». В последнее время в связи с увеличением конкуренции на рынке Украины объемы продаж компании постепенно снижаются. Руководство компании приняло решение о создании нового бренда. Для того, чтобы построить стратегию развития нового бренда, необходимо чётко представлять потребности рынка. Поэтому компания «New Age» обратилась в специализированное маркетинговое агентство с целью проведения маркетингового исследования рынка столовой воды. В маркетинговом агентстве попросили составить техническое задание к

маркетинговому исследованию, включающее описание сферы деятельности компании, направления, цели и задачи исследования, сроки и бюджет.

Составьте техническое задание для компании «New Age».

#### **Конкретная ситуация «Оформление результатов маркетингового исследования»**

Рассмотрите отрывок из статьи, посвящённой результатам медиаисследования. Составьте графический отчёт о результатах исследования целевого сегмента, которые приведены в данной статье (график, диаграмма, таблица и пр.). Сформулируйте выводы о том, как можно использовать полученную информацию.

### **Примерные ( типовые) практические задачи**

#### **Задача 1. Расчет рыночной доли организации**

**ЗАДАНИЕ:**

1) По данным, приведённым в таблицах, определить общий объём рынка в натуральном и стоимостном выражении: заполнить строку «Итого».

2) Рассчитать долю рынка каждой компании, как в абсолютном объёме, так и в стоимостном объёме выпускаемой продукции.

3) Определить компанию, которая имеет наиболее высокую среднюю цену продукции (S).

#### **Задача 2. Определение потенциальной емкости рынка в натуральном выражении**

Нормы потребления хлебных продуктов, определённые потребительской корзиной в настоящее время, для трудоспособного населения – 133,7 кг в год, для пенсионеров – 103,7 кг в год, для детей – 84 кг. На территории Кировской области проживает 1 млн жителей, из которых 50 % - пенсионеры, 20 % - дети до 18 лет. Рассчитать ёмкость рынка хлебных продуктов в натуральном выражении.

#### **Задача 3. Определение емкости рынка в стоимостном выражении**

Потребление электроэнергии на одного жителя России с 1995 году по настоящее время возросло на 15 %. В городе N проживает 110 тыс. жителей, среднее потребление электроэнергии на одного человека ранее было 42 к/Вт в месяц. На сколько возросла денежная ёмкость рынка электроэнергии этого города в месяц, если численность его населения прежняя, а стоимость 1 к/Вт увеличилась с 0,035 руб. в 1995 году\* до 1,95 руб. в настоящее время?

#### **Задача 4. Факторы, определяющие поведение потребителей**

Какие из приведённых ниже факторов влияют на поведение потребителя-организации? Распределите их в столбцы таблицы.

Деятельность конкурентов, выбор торговой марки, организационная структура управления, политические события, уровень первичного спроса, цена товара, выбор дилера, выбор товара, значение ставки рефинансирования, выбор объёма покупки, механизмы выработки решений, цели организации, форма отгрузки и доставки товара, выбор времени покупки, финансовые ресурсы организации, отдалённость поставщика от потребителя, надёжность поставщика, цели организации, инновационные изменения в отрасли.

#### **Задача 5. Выбор критериев сегментирования**

Какие критерии сегментирования следует использовать предприятиям:

- а) пивоваренной промышленности;
- б) производящим мороженое;
- в) производящим зубную пасту;
- г) производящим копировальную технику;
- д) производителю автомобильных красок.

#### **Задача 6. Построение карты позиционирования**

На рынке города конкурируют несколько аптечных сетей: «Имплозия», «Вита», «Доктор+», «Орби», а также государственные аптечные учреждения. Они привлекают потребителей такими средствами как предоставление скидок, качество обслуживания, ассортимент реализуемых лекарственных средств и сопутствующих товаров. Построить карту позиционирования для аптечной сети «Имплозия» на основе экспертной оценки.

#### **Задача 7. Составление анкеты**

Составьте анкету, целью которой является оценка спроса на услуги кафе. Следует спрогнозировать ёмкость данного рынка, структуру (предпочитаемые потребителями модели), основные факторы, влияющие на покупку данного товара.

#### **Задача 8. Определение объема выборки**

Определить размер выборки при анкетном опросе, если желаемый коэффициент доверия равен 2,5, ожидаемая вероятность составляет 0,5, максимально возможная ошибка равна 0,05.

#### **Задача 9. Стоимость торговой марки**

Оператор кабельного телевидения «Комстар-ОТС» совершил сделку по покупке компании «Стрим-ТВ». За компанию, предоставляющую доступ в Интернет и телевизионные услуги в сорока городах России с общим населением в 15 миллионов человек, «Комстар-ОТС» заплатил 6,75 млрд руб. Исходя из стоимости консолидированных активов, которые приведены в таблице, рассчитать стоимость торговой марки ЗАО

«Стрим-ТВ». Рассчитать в процентном отношении стоимость торговой марки к общей рыночной стоимости фирмы.

#### **Задача 10. Выполнение плана выпуска продукции**

Известны следующие плановые и фактические данные по выпуску модемов компании «Skylink» за отчётный период. Найти процент выполнения плана по объёму продукции и по ассортименту.

#### **Задача 12. Определение среднегодовой цены товара**

Предприятие составляет план продаж в стоимостном выражении на следующий год. Для этого необходимо вычислить среднегодовую цену товара за прошедший год. В начале года цена была 50 руб. за единицу, с 01.03 она повысилась на 15 %, а с 01.06 – ещё на 17 %.

Оборот по реализации за год составил 100 000 единиц, в том числе за 1 квартал – 20 000 шт., из них в марте – 8000; за 2 квартал – 35 000 шт., из них в июне – 16 000. Планируемый уровень инфляции на следующий год составляет 17 %. Какую цену необходимо включить в план продаж?

#### **Задача 13. Определение цены в рамках товарной номенклатуры**

Торговое предприятие предлагает на рынке ассортимент из трех товаров: А, В и С по ценам, рассчитанным на основе затрат: 11,50; 8,35 и 10,60 руб. за штуку соответственно. Цены для продуктов А и С не были приняты рынком.

Предложите новые цены для продуктов А и С на основе психологической цены. Запланированный сбыт 120 000, 540 000 и 230 000 шт. Рассчитайте новую цену для продукта В, позволяющую сохранить первоначальный объём и покрывающую потери от продуктов А и С.

#### **Задача 13. Эластичность спроса на товар**

Заполните таблицу, рассчитав эластичность каждого товара. Сформулируйте рекомендации по повышению или понижению цены.

#### **Задача 14. Определение структуры розничной цены товара**

Определить розничную цену 1л бензина АИ-92 и её структуру при следующих условиях:

- себестоимость 1л бензина на заводе-изготовителе – 6 руб. 00 коп.;
- рентабельность продукции на заводе – 40 %;
- издержки посредника в расчете на 1 л бензина – 1,50 руб.;
- норма рентабельности посредника – 30 %;
- торговая надбавка – 25 %;
- акциз равен 3 629 руб. за 1 тонну бензина.

#### **Задача 15. Определение отпускной цены единицы продукции на основе метода «средние издержки + прибыль»**

Фирма «Мир канцелярии» производит 10 000 пачек бумаги для письма в месяц. Себестоимость одной пачки состоит из следующих затрат: материалы – 20 руб. на 1 пачку, заработная плата – 15 руб. на 1 пачку, прочие производственные расходы – 12 руб. на 1 пачку, постоянные издержки – 50 000 руб. на весь объём производства, затраты на сбыт – 10 руб. на 1 пачку. Какова будет отпускную цену одной пачки бумаги, если целевая прибыль на 1 пачку составляет 20 % полных затрат, НДС – 18 %.

#### **Задача 16. Определение отпускной цены на основе анализа безубыточности**

Компания специализируется на производстве кухонной мебели. Постоянные затраты на весь объём производства за месяц составили 6000 тыс. руб., а переменные – 11,4 тыс. руб. на единицу продукции. Планируемый объём продаж в месяц – 2000 гарнитуров. Какую отпускную цену на кухонный гарнитур должно установить предприятие, чтобы бизнес был безубыточным? На сколько нужно увеличить отпускную цену, если постоянные затраты увеличатся на 1720 тыс. руб.?

#### **Задача 17. Характеристика канала распределения**

Крупная машиностроительная компания выводит на национальный рынок новый вариант холодильного оборудования. Компания осуществляет продажу своих товаров в нескольких регионах страны. Каков канал распределения?

#### **Задача 18. Выбор оптимального варианта хранения товара**

Пункт хранения А требует единовременных капитальных вложений в размере 1400 тыс. руб., а пункт Б – 800 тыс. руб. Вместе с тем годовые расходы на транспортировку товаров потребителем из пункта А равняются 500 тыс. руб., а из пункта Б – 700 тыс. руб. Годовые издержки, связанные с содержанием складских хранилищ, в обоих вариантах составляют 300 тыс. руб. Выберите вариант хранения с минимальными приведенными издержками.

#### **Задача 19. Определение оптимального размера заказа**

Рассчитайте количество поставок в месяц, если стоимость единицы товара составила 100 руб., месячный оборот склада по данной позиции – 900 ед. товара; доля затрат на хранение – 5 % от стоимости, транспортно-заготовительные расходы, связанные с реализацией и доставкой одного заказа, – 0,25 тыс. руб.

#### **Задача 20. Определение оптимального размера заказа с учетом скидки на количество**

Годовой спрос  $D = 1200$  единиц, стоимость подачи заказа  $C_0 = 50$  рублей/заказ, закупочная цена  $C = 60$  рублей/единицу, годовая стоимость хранения одной единицы составляет 35 % ее цены. Можно получить скидку 5 % у поставщиков, если размер заказа будет не меньше 90 единиц. Стоит ли воспользоваться скидкой?

### **Задача 21. Выбор канала распределения с учетом объема продаж**

Промышленное предприятие производит и продаёт продукцию через оптовых посредников. Руководство предприятия рассматривает вопрос об организации поставок продукции напрямую фирмам розничной торговли. Для реализации этого необходимо привлечь 10 представителей. При каком объёме продаж реализация через собственных представителей окажется для предприятия-производителя предпочтительней, если затраты на 10 представителей составляют 500 000 руб. плюс 2 % от объёма реализации, маржа оптовика – 12 % от объёма реализации?

### **Задача 22. Определение оптимального числа торговых представителей компании**

Компания, работающая на рынке B2B, выбрала в качестве основного метода организации продвижения продукции личные продажи. Отдел сбыта разрабатывает рабочий график для своих торговых представителей. Маркетинговые исследования показали, что можно выделить три категории потребителей с одинаковым временем посещения – 30 минут:

А-потребители: посещаются 1 раз в две недели, их количество – 200;

В-потребители: посещаются 1 раз в четыре недели, их количество – 260;

С-потребители: посещаются 1 раз в восемь недель, их количество – 600.

Рассчитайте оптимальное для компании количество торговых представителей.

### **Задача 23. Краткосрочный экономический эффект от рекламы**

Компания «Добрый дом» производит мебель, которая пользуется спросом на региональном рынке. На рекламу новой серии мягкой мебели в СМИ пяти крупных городов региона компания потратила 180 тыс. руб. Товарооборот за 30 дней до рекламной акции составил 1200 тыс. руб. Через месяц после акции компания имела средний ежедневный товарооборот 57 тыс. руб. Каков краткосрочный экономический эффект от рекламы?

### **Задача 24. Эффективность рекламной кампании**

Прокатная компания «Армада-Фильм» с февраля по май 2009 года проводила серию рекламных акций. Всего на эту рекламную кампанию было потрачено 37 020 руб. За аналогичный период 2008 года прибыль компании составила 945 000 руб. Определить эффект от проведенной рекламной кампании, если каждая отдельная рекламная акция принесла «Армада-Фильм» следующие дополнительные средства:

– акция «День влюблённых» – 11 800 руб.;

– акция «Корпоратив» – 29 200 руб.;

– акция «23 февраля» – 5500 руб.;

– акция «Джуно» – 15 700 руб.;

– акция «8 марта» – 6300 руб.;

– акция «Весь апрель – бесплатное кино!» – 118 700 руб.

### **Задача 25. Выбор рекламного носителя**

Завод «Стройконструкция» планирует разместить развёрнутое информационное сообщение в специализированном журнале. Издание №1 имеет тираж 20 тыс., выходит дважды в месяц и может разместить публикацию за 45 тыс. руб. Издания №2 и №3 ежемесячные, имеют тиражи по 40 тыс. и 50 тыс. соответственно и принимают публикации по 47 тыс. руб. и 72 тыс. руб. По мнению экспертов, каждый десятый читатель подобных журналов является потенциальным клиентом завода, а средний доход от сделки с таким клиентом составляет 32 тыс. руб. Рассчитать соотношение возможных доходов от размещения рекламы в каждом из изданий с затратами на неё. Определить наилучшие условия для размещения информации завода.

### **Задача 26. Расчёт бюджета стимулирования на основе целей маркетинга**

Компания-производитель стирального порошка планирует выйти на новый региональный рынок. Его составляют 2 млн домохозяйств. Цель компании – завоевание 5 % рынка. Для этого компания имеет задачу охватить рекламой 50 % рынка (1 млн чел). По результатам пробных продаж, каждый десятый купивший новый порошок становится его приверженцем. То есть, доля осведомлённых, которые должны приобрести новый продукт, чтобы из них 10 % стали постоянными его потребителями, составляет 50 %. Для достижения такой интенсивности потребления необходимо 40 контактов на каждый процент контактной аудитории. Издержки на обеспечение одного контакта составляют 1000 руб. Определить общий размер затрат на программу стимулирования при освоении компанией данного рынка.

**Примерные (типовые) оценочные средства или иные материалы для проведения промежуточной аттестации**

### **Тесты для проведения экзамена**

1. Ремаркетинг связан со спросом
1. негативным
2. снижающимся
3. иррациональным
4. чрезмерным

5. отсутствием спроса
2. Маркетинговая деятельность начинается с ...
  1. изучения запросов потребителей
  2. разработки и производства товара
  3. информационной рекламной кампании
  4. сегментирования рынка
3. Маркетинг изучает
  1. производство предлагаемых к сбыту изделий
  2. общий уровень цен в условиях инфляции
  3. стратегии повышения качества продукции
  4. методы управления потребительским спросом
4. Оценочное суждение потребителя о способности товара удовлетворить его потребности называется потребительская
  1. возможность
  2. реакция
  3. полезность
  4. нужда
  5. корзина
5. Концепция ... основана на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, которые широко распространены и доступны по цене
  1. совершенствования производства
  2. совершенствования товара
  3. просвещённого маркетинга
  4. социально-этичного маркетинга
  5. интенсификации коммерческих усилий
6. Концепция ... основана на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются
  1. просвещённого маркетинга
  2. социально-этичного маркетинга
  3. совершенствования товара
  4. интенсификации коммерческих усилий
  5. маркетинга
7. Концепция ... основана на том, что потребители не будут активно покупать товар, производимый данной компанией, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широкомасштабной продаже
  1. просвещённого маркетинга
  2. социально-этичного маркетинга
  3. интенсификации коммерческих усилий
  4. совершенствования товара
  5. маркетинга
8. К комплексу маркетинга не относится
  1. информация о рынке
  2. продукт
  3. цели организации
  4. цена
  5. каналы распределения продукции
  6. маркетинговые коммуникации
9. Элементы макросреды маркетинга (несколько вариантов ответа)
  1. налоговая система
  2. экономическая ситуация
  3. политический режим
  4. конкуренция
  5. посредники
  6. партнёры по бизнесу

10.Элементы микросреды маркетинга (несколько вариантов ответа)

1. партнёры по бизнесу
2. налоговая система
3. клиенты
4. посредники
5. политический режим
6. экономическая ситуация

11.Утверждение «не пытайтесь производить то, что продаётся кое-как, а производите то, что будет безусловно куплено» характерно для концепции

1. совершенствования производства
2. современного маркетинга
3. совершенствования товара
4. интенсификации коммерческих усилий
5. социально-этичного маркетинга

12.Анализ, планирование, реализация и контроль программ, разработанных для формирования и сохранения выгодных отношений с целевыми покупателями ради достижения целей организации - управление ...

1. организацией
2. поведением потребителей
3. маркетингом
4. предложением
5. общественным мнением

13.Компания производит и продаёт один тип одноразовых бритвенных станков по единой цене. Реклама компании однотипна и предназначена для рынка в целом. В своей деятельности компания ориентируется на ...

1. маркетинговую концепцию
2. стратегию массового охвата рынка
3. сегментацию рынка
4. стратегию концентрации

14.Процесс преобразования маркетинговых стратегий и планов в маркетинговые мероприятия, направленные на достижение стратегических маркетинговых целей, называется ... маркетинга

1. концепция
2. координация
3. реализация
4. контроль
5. планирование

15.Система ценностей и убеждений, разделяемая сотрудниками организации, коллективное сознание и менталитет компании образуют ... компании

1. миссия
2. стратегия
3. положение
4. культура
5. концепция

16.Суть стратегии дифференциации продукции

1. специализация в изготовлении особой продукции, являющейся модификацией стандартного изделия
2. максимально быстрое удовлетворение потребностей, возникающих в различных отраслях бизнеса
3. поиск принципиально новых, эффективных технологий, проектирование необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции, приёмов стимулирования продаж
4. обслуживание рыночной ниши, выделенной на основе географического, психографического, поведенческого или других принципов
5. ориентация на массовый выпуск стандартных недорогих изделий

17.Рыночная ниша - это стратегия конкуренции, основанная на ...

1. низкой себестоимости
2. дифференциации продуктов

3. сегментации рынка
4. внедрении новшеств
5. немедленном реагировании на спрос

18. Маркетинговая \_\_\_\_\_ - это совокупность действующих за пределами компании субъектов и сил, которые влияют на развитие и поддержание службами маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми клиентами

19. \_\_\_\_\_ - это факторы, тесно связанные с компанией и воздействующие на ее способность обслуживать клиентов

20. \_\_\_\_\_ - это главные внешние факторы, оказывающие влияние на микросреду в целом

21. Организации и частные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства товаров и услуг - \_\_\_\_\_

22. Фирмы, помогающие компании продвигать, продавать и распространять товар среди конечных потребителей - \_\_\_\_\_

23. К факторам микросреды маркетинга относятся (несколько вариантов ответа)

1. организация (фирма)
2. маркетинговые посредники
3. контактные аудитории
4. политические факторы
5. экономические факторы
6. демографические факторы

24. К основным факторам макросреды относятся (несколько вариантов ответа)

1. природные условия
2. потребители
3. экономические условия
4. возможности фирм-производителей
5. демографические данные

25. Разновидностью компенсационной торговли является (несколько вариантов ответа)

1. косвенный экспорт
2. бартер
3. прямое инвестирование
4. лизинг
5. встречная покупка

26. Отдельные личности и семьи, приобретающие товары и услуги для личного потребления, образуют рынок \_\_\_\_\_

27. Стадии через которые проходит семья в своём развитии – \_\_\_\_\_ семьи

28. Автор «иерархической» теории мотивации \_\_\_\_\_

29. Потребитель проходит все этапы процесса принятия решения о покупке

1. при покупке нового для него продукта
2. всегда
3. только при покупке услуг
4. при покупке продукта в новом месте
5. покупке аналогичного продукта другой марки

30. Для адаптации к товару-новинке покупателю нужно пройти пять этапов:

1. узнавание - оценка - интерес - восприятие - проба
2. интерес - оценка - узнавание -- восприятие - проба
3. узнавание - интерес - оценка - проба – восприятие
4. восприятие - узнавание - оценка - интерес- проба
5. оценка - интерес - проба- узнавание - восприятие

31. Система производства с поставкой точно в срок (JIT) означает, что



1. продукция предприятия появится во всех точках розничной торговли в один день
2. поставщики накапливают большие запасы материалов для немедленного удовлетворения запроса клиента
3. продукция доставляется потребителю именно тогда, когда он этого захочет
4. материалы поставляются на завод клиента именно тогда, когда они нужны для производства
5. предприятие-производитель обслуживает посредника в точно определённый день

32.Информация собранная впервые для какой-либо конкретной цели - \_\_\_\_\_ информация

33.Статистическая информация, собранная ранее для других целей - \_\_\_\_\_ информация

34.Часть населения, отобранная для проведения маркетингового исследования, которая должна представлять все население в целом - \_\_\_\_\_

35.Вопрос, содержащий все возможные варианты ответов, и, дающий возможность респонденту выбрать один из них - \_\_\_\_\_ вопрос

36.Вопрос, позволяющий респонденту отвечать своими словами - \_\_\_\_\_ вопрос

37.Личное собеседование, одновременно проводимое с небольшим количеством людей и рассчитанное на дискуссию – \_\_\_\_\_

38.Пристальное изучение интересующей ситуации и фиксирование существенных фактов, действий или поведения - \_\_\_\_\_

39.Ряд вопросов, предлагаемых опрашиваемым во время проведения исследования - \_\_\_\_\_

40.К источникам внутренней вторичной информации относят (несколько вариантов ответа)

1. жалобы и рекламации потребителей
2. отчёты продавцов
3. объявления конкурентов о найме на работу
4. данные о регистрации патентов
5. статьи о деятельности предприятия
6. списки клиентов

41.Маркетинговое исследование - это

1. исследование сведений, получаемых из внутренних источников компании
2. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем
3. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации
4. то же самое, что и «исследование маркетинга»
5. маркетинговая разведка

42.Вторичные данные в маркетинге – это

1. перепроверенная информация
2. информация, первоначально собранная для других целей
3. второстепенная информация
4. информация, полученная из посторонних источников

43.Часть квалифицированного рынка, на который фирма решила направить свои действия - ... рынок

1. квалифицированный
2. целевой
3. доступный
4. освоенный
5. потенциальный

44.К методам экспертных оценок относят метод ... (несколько вариантов ответа)

1. мозгового штурма
2. Дельфи
3. моделирования рынка

4. опроса разовой выборки
5. фокус-группы

45.Использование одного товара, методов стимулирования и распределения безотносительно к специфическим нуждам потребителей – \_\_\_\_\_ маркетинг

46.Группа потребителей со сходными характеристиками одинаково реагирующая на маркетинговые усилия фирмы - \_\_\_\_\_ рынка

47.Узко определенная группа потребителей, обычно получаемая в результате разделения сегмента на подсегменты или выделения групп потребителей с отчетливо выраженными особенностями - \_\_\_\_\_ рынка

48.Совокупность покупателей, имеющих сходные нужды или общие характеристики, которых компания намерена обслуживать - \_\_\_\_\_ рынок

49.Выделение в пределах рынка чётко обозначенных групп потребителей для обслуживания которых могут потребоваться определённые маркетинговые комплексы – \_\_\_\_\_ рынка

50.Сегментация - это ... (несколько вариантов ответа)

1. определение места для своего товара в ряду аналогов
2. стратегия выборочного проникновения на рынок
3. разделение потребителей на однородные группы
4. деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса
5. разделение рынка на отдельные части

51.Целевой сегмент рынка - это сегмент

1. с наибольшей массой прибыли и наименьшей конкуренцией
2. имеющий не доступные для других каналы сбыта
3. с наибольшими размерами и темпами роста
4. наиболее однородный

52.Указать три основных вида маркетинга, используемых в стратегиях охвата рынка:

1. недифференцированный
2. концентрированный
3. неконцентрированный
4. интегрированный
5. не интегрированный
6. дифференцированный

53.Стратегия охвата рынка, при которой компания выходит на весь рынок с единственным предложением, игнорируя различия между сегментами рынка - ... маркетинг

1. дифференцированный
2. концентрированный
3. двусторонний
4. микро-
5. недифференцированный

54.Стратегия охвата рынка, при которой компания ориентируется на несколько сегментов рынка и разрабатывает для каждого из них отдельные предложения - ... маркетинг

1. недифференцированный
2. концентрированный
3. дифференцированный
4. двусторонний
5. сетевой

55.Стратегия охвата рынка, при которой компания стремится к охвату наиболее крупной части одного или нескольких субрынков - ... маркетинг

1. недифференцированный
2. дифференцированный
3. концентрированный
4. массовый

5. сетевой
56. Анализ и учет возможностей предприятия, позволяющие ему выбрать такие характеристики товара, цену и способы его рекламы и продажи, которые обеспечили бы конкурентоспособность товара на рынке - \_\_\_\_\_
57. Преимущество, приобретаемое компанией, посредством предложения потребителям большей ценности либо за счет предложения товаров и услуг по более низким по сравнению с конкурентами ценам, либо за счет предоставления потребителям больших выгод - \_\_\_\_\_ преимущество
58. \_\_\_\_\_ конкуренция имеет место на рынке однородных товаров с большим количеством покупателей и продавцов, ни один из которых не имеет большого влияния на формирование рыночной цены
59. \_\_\_\_\_ конкуренция имеет место на рынке с большим количеством покупателей и продавцов и разными ценами на один вид продукции
60. \_\_\_\_\_ конкуренция имеет место на рынке с небольшим количеством продавцов, каждый из которых весьма чувствителен к политике ценообразования и маркетинговой стратегии другого
61. Чистая \_\_\_\_\_ имеет место на рынке одного продавца
62. Конкурентное преимущество компании - это ...
1. позиция товаров компании на рынке
  2. восприятие товара компании предполагаемым потребителем
  3. отличие компании от конкурентов
  4. сильная сторона компании
  5. набор восприятий, впечатлений и ощущений потребителя
63. Конкурентоспособность товара - это ...
1. способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определённый период времени
  2. самый высокий в мире уровень качества
  3. способность товара конкурировать на мировом рынке
  4. способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом рынке
  5. самая низкая себестоимость
64. Компания, опережающая другие компании по ценовым изменениям, выведению на рынок новых товаров, охвату зоны распределения товаров и затратам на стимулирование сбыта - компания...
1. претендент на лидерство
  2. лидер рынка
  3. последователь
  4. обслуживающая рыночную нишу
65. Способность товара выполнять предназначенные функции - \_\_\_\_\_ товара
66. Название, понятие, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенная для идентификации предлагаемых продавцом товаров и услуг - \_\_\_\_\_
67. Процесс разработки и производства жёсткой или мягкой оболочки для товара - \_\_\_\_\_
68. Группа товаров, объединяемых принципами функционирования, продажей одинаковым группам покупателей, способом продвижения на рынок или диапазоном цен - \_\_\_\_\_
69. Совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателям конкретным продавцом - \_\_\_\_\_
70. Марка или её часть, защищённая юридически – \_\_\_\_\_
71. Количество выпускаемых компанией ассортиментных групп товаров называется ... товарной номенклатуры
1. длина
  2. глубина
  3. высота

4. широта

72. Глубина товарной номенклатуры - это

1. степень индивидуализации товаров по запросам потребителей
2. совокупность всех ассортиментных групп товаров
3. степень разнообразия товаров разных ассортиментных групп
4. количество вариантов исполнения каждого товара (марки) в рамках ассортиментной группы
5. длина параметрического ряда товаров

73. Жизненный цикл товара – это

1. интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара
2. интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке
3. стратегия маркетинга, включающая разработку процессов позиционирования, рекламы, ценообразования и распределения товаров
4. интервал времени с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации

74. Денежное выражение стоимости товара (услуги) - \_\_\_\_\_

75. Затраты производственных факторов, используемых для производственной и реализационной деятельности - \_\_\_\_\_ производства

76. \_\_\_\_\_ издержки - это издержки, не связанные с изменением объемов производства и сбыта

77. \_\_\_\_\_ издержки - это издержки, которые находятся в прямой зависимости от объемов производства и сбыта

78. Сумма переменных и постоянных издержек при определенном объеме производства - \_\_\_\_\_ издержки

79. Кривая \_\_\_\_\_ - это графическое отображение падения средних издержек на единицу продукции, сопровождаемое накоплением производственного опыта

80. Разница между доходами от продаж и всеми издержками - чистая \_\_\_\_\_

81. Главная цель деятельности компании при столкновении с проблемами перепроизводства, острой конкуренции или изменения потребительских вкусов

1. выживание
2. максимизация текущей прибыли
3. максимизация доли рынка
4. качественное преобладание на рынке

82. При высокой эластичности спроса, объём продаж (несколько вариантов ответа)

1. существенно не растёт при значительном понижении цен
2. увеличивается при незначительном понижении цен
3. не изменяется при повышении цен
4. не изменяется при понижении цен
5. уменьшается при незначительном повышении цен

83. Максимальная цена товара определяется

1. ценами конкурентов на аналогичный товар
2. наивысшим уровнем совокупных издержек
3. эксплуатационными расходами
4. величиной спроса на товар
5. порогом безубыточности

84. Минимальная цена товара определяется

1. ёмкостью рынка товара
2. уровнем совокупных издержек
3. уровнем переменных издержек

4. коэффициентом эластичности спроса
  5. затратами на потребление товара
85. Прейскурантный метод ценообразования основан на
1. анализе прейскурантов на конкурирующие товары
  2. определении величины издержек
  3. определении величины издержек и плановой прибыли
  4. принципе непротиворечивости цен на товары одной ассортиментной группы
  5. установлении цены в ходе проведения закрытых торгов
86. Основные стратегии ценообразования основаны на (несколько вариантов ответа)
1. издержках
  2. предложении
  3. рентабельности
  4. конкуренции
  5. предельной полезности
  6. спросе
  7. экономическом росте
87. Возможные ответные меры компании на снижение цен конкурентами (несколько вариантов ответа)
1. повышение воспринимаемого качества товара
  2. снижение цены
  3. снижение качества товара
  4. повышение цены и качества
  5. снижение цены и качества товара
  6. снижение качества и повышение цены
  7. изъятие с рынка части своей продукции
  8. выведение на рынок дешевой «боевой марки»
88. Чувство ощущаемое человеком нехватки чего-либо характеризуется как
1. покупка
  2. нужда
  3. спрос
  4. потребность
89. Укажите каким концепциям маркетинга присуща такая негативная черта как упущение из вида потребностей и проблем клиента (несколько вариантов ответа)
1. концепции маркетинга
  2. концепции совершенствования производства
  3. концепции интенсификации коммерческих усилий
  4. концепции социально-этического маркетинга
  5. концепции совершенствования товара
90. Эволюция функций маркетинговой деятельности приводит к...
1. развитию универсализации в деятельности маркетологов
  2. смене рыночной ориентации фирмы на концентрацию внимания на внутренней среде фирмы
  3. сокращению количества новых профессий в области маркетинга
  4. развитию специализаций в деятельности маркетологов
91. GAP-анализ (GAP – «щель») возможностей фирмы представляет собой...
1. последовательное рассмотрение (по выбранному кругу) элементов внешней и внутренней среды маркетинга и оценке их влияния на маркетинговые возможности предприятия
  2. методику анализа ключевых элементов макросреды предприятия
  3. детальный анализ маркетинговых возможностей и угроз, а также сильных и слабых сторон фирмы
  4. анализ стратегического разрыва («щели»), позволяющий определить расхождение между желаемым и реальным в деятельности предприятия
92. К кабинетным маркетинговым исследованиям относятся... (несколько вариантов ответа)
1. проведение личного интервью
  2. опрос по телефону
  3. изучение справочников и статистической информации

4. изучение материалов периодической печати
93. В соответствии с классификацией Ф. Котлера такие характеристики товара, как упаковка, свойства, внешнее оформление, качество, марочное название, относятся к уровню ...
1. товара с подкреплением
  2. товара по замыслу
  3. совокупного продукта
  4. товара в реальном исполнении
94. Если в канале сбыта присутствуют следующие участники: производитель, оптовик, розничный торговец, потребитель, то данный канал товародвижения является...
1. трехуровневым
  2. четырехуровневым
  3. одноуровневым
  4. двухуровневым
95. Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций является \_\_\_\_\_ коммуникацией (несколько вариантов ответа)
1. двусторонней
  2. неоплачиваемой
  3. неличной
  4. многофункциональной
96. Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производство товаров и оказание услуг ориентировались на...
1. потребности потребителя
  2. эффективность производства и обращения
  3. возможности производства
  4. требования законодательства
97. Выберите характеристики концепции интенсификации коммерческих усилий (несколько вариантов ответа)
1. Цель фирмы и маркетинга – получение прибыли за счет роста продаж.
  2. Исходит из того, что на рынке можно реализовать все то, что компания производит.
  3. Снижение издержек производства и цен на продукцию обеспечивает успех на рынке.
  4. Главное внимание к продвижению товаров от производителя к потребителю.
98. К основным функциям маркетинга не относится...
1. сбытовая функция
  2. функция оптимизации потоков ресурсов всех видов
  3. аналитическая функция
  4. функция управления и контроля
  5. продуктово-производственная функция
99. Преимуществом анкет, рассылаемых по почте, является... (несколько вариантов ответа)
1. отсутствие влияния интервьюера
  2. высокая скорость сбора данных
  3. высокий уровень возврата анкет
  4. широкий охват аудитории
100. В маркетинге под частной маркой понимают...
1. марочное имя компании-производителя в сочетании с марочными именами отдельных ее продуктов
  2. марку, разработанную торговыми предприятиями
  3. марку, созданную производителем или взятую в аренду у другого производителя
  4. марку, защищенную юридически, что дает продавцу исключительное право использовать марочное имя и марочный знак
101. Использование канала нулевого уровня невыгодно для товаропроизводителя, если...
1. недостаточны знания о рынке и условиях работы на нем
  2. территориальная концентрация потенциальных потребителей высока при относительно небольшом их числе
  3. реализуемый товар имеет достаточно большой объем для прибыльного осуществления сбыта
  4. существует необходимость высокоспециализированного сервиса применительно к товару

102. Сущность *формирующей* функции маркетинга заключается в...

1. изучении и оценке внешней среды (в первую очередь рыночной) и внутренней среды фирмы
2. сосредоточении всего комплекса взаимосвязанных вопросов маркетинговой политики и практики в руках одного из должностных лиц фирмы
3. создании новых товаров, которые бы наиболее полно соответствовали требованиям потребителя
4. расширении и поддержании спроса на высоком уровне

103. Стадия жизненного цикла товара «рост» характеризуется тем, что...

1. рынок расширяется; увеличиваются запасы готового товара у производителя; конкуренция становится интенсивной; темпы роста продаж замедляются
2. объем продаж растет; наблюдается ориентация на готовность покупателей к совершению покупки товара, так как большая часть покупателей осведомлена о товаре
3. объем продаж сокращается; наблюдается излишек производственных мощностей; появляются товары-заменители; возможно слияние фирм
4. формируется ответная реакция конкурентов; рост объемов продаж изменчив и нестабилен; расходы на маркетинг стабилизируются; товар признан потребителем

104. Средствами стимулирования сбыта являются... (несколько вариантов ответа)

1. скидки с цены
2. личная продажа
3. купоны
4. публик рилейшнз

105. К элементам маркетинговой микросреды не относятся...

1. законодательство, регулирующее экономическую и хозяйственную деятельность
2. покупатели
3. контактные аудитории
4. поставщики

## 6.2. Методические материалы по освоению дисциплины

### Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга»

Дисциплина «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» считается освоенной обучающимся, если он имеет положительные результаты входного, текущего, периодического и итогового контроля. Это означает, что обучающийся освоил необходимый уровень теоретических знаний в области аудиторской деятельности и получил достаточно практических навыков осуществления аудиторских процедур.

Для достижения вышеуказанного обучающийся должен соблюдать следующие правила, позволяющие освоить дисциплину на высоком уровне:

1. Начало освоения курса должно быть связано с изучением всех компонентов программы дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» с целью понимания его содержания и указаний, которые будут доведены до сведения обучающегося на первой лекции и первом практическом занятии. Это связано с

- установлением сроков и контроля выполнения индивидуального задания каждым обучающимся,
- критериями оценки текущей работы обучающегося (практических занятиях)

Перед началом курса целесообразно ознакомиться со структурой дисциплины на основании программы, а также с последовательностью изучения тем и их объемом. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий.

2. Каждая тема содержит лекционный материал, список литературы для самостоятельного изучения, вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям. Необходимо заранее обеспечить себя этими материалами и литературой или доступом к ним.

3. Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить перед посещением соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.

При возникновении проблем с самостоятельным освоением аспектов темы или пониманием вопросов, рассмотренных во время лекции необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю в специально отведенное для этого время на лекции или по электронной почте. Это необходимо сделать до практического занятия во избежание недоразумений при проведении контроля.

4. Практическое занятие, как правило, начинается с опроса по лекционному материалу темы и материалам указанных к теме литературных источников. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в повторении лекционного материала и изучении вопросов предстоящего занятия.

При возникновении затруднений с пониманием материала занятия обучающийся должен обратиться с вопросом к преподавателю, ведущему практические занятия, для получения соответствующих разъяснений в отведенное для этого преподавателем время на занятии либо по электронной почте. В интересах обучающегося своевременно довести до сведения преподавателя информацию о своих затруднениях в освоении предмета и получить необходимые разъяснения, так как говорить об этом после получения низкой оценки при опросе не имеет смысла.



5. Подготовка к зачету и экзамену является заключительным этапом изучения дисциплины. Зачет (экзамен) проводится в устной форме. Каждый билет содержит по два вопроса: один – теоретический, второй – практическое задание.

Содержание вопросов находится в доступном режиме с начала изучения дисциплины. В связи с этим целесообразно изучать вопросы не в период экзаменационной сессии непосредственно в дни перед зачетом, а по каждой теме вместе с подготовкой к соответствующему текущему занятию. Кроме того, необходимо помнить, что часть вопросов (не более 10%) непосредственно перед зачетом может быть дополнена или изменена. В связи с этим целесообразно изучать не только вопросы, выносимые на зачет, но и иные вопросы, рассматриваемые на лекциях и занятиях.

### **Методические указания по подготовке к сдаче экзамена**

Экзамен является итоговой формой контроля знаний обучающегося, способом оценки результатов его учебной деятельности. Основной целью экзамена является проверка степени усвоения полученных обучающимся знаний и их системы.

Для успешной сдачи экзамена необходимо продемонстрировать разумное сочетание знания и понимания учебного материала. На экзамене проверяется не только механическое запоминание обучающимся изложенной информации, но и его способность её анализировать, с помощью чего объяснять, аргументировать и отстаивать свою позицию.

К экзамену целесообразно готовиться с самого начала учебного цикла, поскольку только систематическая подготовка может обеспечить формирование у обучающегося качественных системных знаний.

При подготовке к экзамену следует пользоваться комплексом различных источников - не только конспектами лекций, материалами по подготовке к семинарским занятиям, но также и учебной, научной, справочной литературой. Для иллюстрации новейших примеров того или иного явления можно использовать заслуживающие доверия средства массовой информации.

Наиболее распространённой ошибкой обучающихся является использование только одного учебного пособия в качестве единственного источника для подготовки к сдаче зачета. Даже если такой учебник написан коллективом авторов, он отражает только одну, в конечном счёте, субъективную точку зрения. Между тем, обучающийся (даже если он разделяет данное мнение) должен уметь строить свой ответ не на его пересказе, а с опорой на него, аргументируя при необходимости свой ответ, в том числе путём критики иных точек зрения.

Преподаватель вправе задать на зачете обучающемуся наводящие, уточняющие и дополнительные вопросы в рамках билета.

Основными критериями, которыми преподаватель руководствуется на экзамене при оценке знаний, являются следующие:

- соответствие ответа, обучающегося теме вопросов;
- умение строить ответ полно, но лаконично с акцентом на наиболее важных моментах;
- степень осведомлённости о научных и нормативных источниках;
- умение связывать теорию с практикой;
- приведение конкретных примеров, особенно, наиболее поздних;
- культура речи.

## **Рекомендации по проведению учебных занятий с обучающимися с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий**

Для проведения контактной работы обучающихся с преподавателем АНПОО «ККУ» с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий определен набор электронных ресурсов и приложений, которые рекомендуются к использованию в образовательном процессе. Образовательный процесс осуществляется в соответствии с расписанием учебных занятий 2023/2024 учебного года, размещенным на официальном сайте колледжа.

Организация образовательного процесса осуществляется через личный кабинет на официальном сайте колледжа. Преподаватель в электронном журнале для соответствующей учебной группы указывает тему занятия. Прикрепляет учебные материалы, задания или ссылки на электронные ресурсы, необходимые для освоения темы, выполнения домашних заданий.

Алгоритм дистанционного взаимодействия:

1.1. Для обеспечения дистанционной связи с обучающимися преподаватель взаимодействует с обучающимися групп в электронной платформе Сферум, либо посредством корпоративной электронной почты (домен @kku39.ru).

1.2. В сформированных группах, обучающихся на платформах (см. выше) преподаватель доводит до обучающихся информацию:

– об алгоритме размещения информации об учебных материалах и заданиях на электронных ресурсах колледжа.

– индивидуальный график консультирования обучающихся, в т.ч. дистанционном формате.

1.3. Обучающиеся выполняют задание, в соответствии с расписанием учебных занятий в формате ДО и предоставляют их в электронной форме на электронный ресурс.

1.4. Осуществление мониторинга выполнения учебного плана и посещаемости занятий происходит ежедневно преподавателем через электронные ресурсы.