

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Комин Андрей Эдуардович

Должность: ректор

Дата подписания: 23.09.2024 08:58:08

Уникальный программный ключ:

f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Приморская государственная сельскохозяйственная академия»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЗаТ

\_\_\_\_\_/Наумова Т.В./

(подпись)

«17» февраля 2023

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**для проведения промежуточной аттестации обучающихся**  
**по дисциплине (модулю)**

**Менеджмент и маркетинг**

(наименование дисциплины)

**19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания**

(код и наименование направления подготовки)

**Технология и организация предприятий общественного питания**

(полное наименование направленности (профиля) ОПОП)

**бакалавр**

квалификация выпускника

Уссурийск, 2023

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**Паспорт  
фонда оценочных средств  
по дисциплине (модулю) менеджмент и маркетинг**

**а. модели контролируемых компетенций:**

Компетенция, формируемая в результате изучения дисциплины (модуля):

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1	Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи
ПК-3	Проведение маркетинговых исследований, подготовка предложений по повышению эффективности производства и конкурентоспособности продукции, направленных на рациональное использование и сокращение расходов сырья, материалов, снижение трудоемкости производства продукции, повышение производительности труда, экономное расходование энергоресурсов в организации	ПК 3.1	Применять методы обработки данных для анализа технологических процессов производства продукции и использовать технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов

**б. – требование к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

**Знать:**

- теоретические аспекты по вопросам эффективного менеджмента предприятия в современных условиях;
- роль маркетинга в управлении компанией;
- принципы, задачи, функции маркетинга;
- содержание маркетинговой концепции управления;
- направления проведения маркетинговых исследований;
- решение конкретной задачи проекта исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

;

**Уметь:**

- решать проблемные ситуации в процессе выполнения функций менеджмента на предприятиях
- решать проблемные ситуации в процессе выполнения функций менеджмента на предприятиях;

- участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков;
- определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач;
- представлять результаты решения конкретной задачи проекта.

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

**Таблица 1 – Оценка контролируемой компетенции дисциплины (модуля)**

№ п/п	Код контролируемой компетенции (индикатора достижения компетенции)	Контролируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	УК 1.1	<i>Знать:</i> принципы, задачи, функции маркетинга, содержание маркетинговой концепции управления; направления проведения маркетинговых исследований, методику определения реальных продаж общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;	Тест (письменно) Реферат (письменно и устно)
		<i>Уметь:</i> применять информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; разрабатывать маркетинговую стратегию организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; определять реальные объемы рынка продукции общественного питания	Тест (письменно) Собеседование (устно)
2	ПК 3.1	<i>Знать:</i> теоретические аспекты по вопросам эффективного менеджмента предприятия в современных условиях;	Тест (письменно) Реферат (письменно и устно)
		<i>Уметь:</i> решать проблемные ситуации в процессе выполнения функций менеджмента на предприятиях.	Тест (письменно) Собеседование (устно)

**Таблица 2 – Примерный перечень оценочных средств**

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать	Фонд тестовых заданий

		процедуру измерения уровня знаний и умений, обучающегося	
2	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам / разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Темы рефератов

Таблица 3 – Критерии и шкалы для оценки уровня сформированности компетенции в ходе освоения дисциплины

Показатели оценивания	Критерии оценки уровня сформированности компетенции УК 1.1 (ПК 3.1*)			
	Неудовлетворительно, Не зачтено	Удовлетворительно, зачтено	Хорошо / зачтено	Отлично / зачтено
«Знать»	Уровень знаний ниже минимально допустимых требований; имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний; допущено множество негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе; допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе; без ошибок
«Уметь»	При решении типовых (стандартных) задачи не продемонстрированы некоторые основные умения. Имеют место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые (стандартные) задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, некоторые – на уровне хорошо закрепленных навыков. Решены все основные задачи с отдельными несущественными ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, без недочетов.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний и умений недостаточно для решения практических профессиональных задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний и умений в целом достаточно для решения стандартных практических профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний и умений в целом достаточно для решения стандартных практических профессиональных задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний и умений и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических профессиональных задач
<b>Уровень сформированности компетенции</b>	<b>Низкий</b>	<b>Пороговый</b>	<b>Базовый</b>	<b>Высокий</b>
<b>Сумма баллов (Б)**</b>	<b>0 – 60</b>	<b>61 – 75</b>	<b>76 – 85</b>	<b>86 – 100</b>

\*– Суммируется балл по показателям оценивания «знать» и «уметь»; при этом соотношение компонентов компетенции в общей трудоемкости дисциплины «знать» / «уметь» составляет 40 / 60.

### 3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

**Промежуточная аттестация качества** подготовки обучающихся по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами Академии и является обязательной, предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета в 3-м семестре.

Обучающиеся готовятся к зачету самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы. При необходимости обучающиеся обращаются за консультацией к преподавателю, ведущему данную дисциплину.

Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбирается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене / зачете.

#### Методика оценивания

1) По стобалльной шкале в таблицу 4 занести баллы ( $B_i$ ), полученные обучающимся в ходе освоения дисциплины. (Критерии представлены в таблице 3).

Таблица 4 – Пример расчетной таблицы итогового оценивания компетенций у обучающегося по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

Код индикатора компетенции	Условное обозначение	Оценка приобретенных компетенций в баллах
УК-1.1	Б1	82
ПК-3.1	Б2	76
Итого	$(\sum B_i)$	82
В среднем	$(\sum B_i) / n$	79

2) Определить оценку по дисциплине (модулю) по шкале соотношения баллов и оценок (таблица 5).

Таблица 5 – Шкала измерения уровня сформированности компетенций в результате освоения дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг»

Итоговый балл	0-60	61-75	76-85	86-100
Оценка	Неудовлетворительно (не зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Отлично (зачтено)
Уровень сформированности и компетенций	низкий	Пороговый	Базовый	Высокий

Знания, умения обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются «зачтено», «не зачтено».

«*Зачтено*» – обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«*Не зачтено*» – обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Показатели «знать», «уметь» **при промежуточной аттестации в форме экзамена** определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», что соответствует уровням сформированности компетенций «высокий», «базовый», «пороговый», «низкий».

«*Отлично*» – обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«*Хорошо*» – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«*Удовлетворительно*» – обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«*Неудовлетворительно*» – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

**Текущая аттестация обучающихся** по дисциплине (модулю) «Менеджмент» проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов освоения дисциплины (модуля) в разрезе компетенций и с дифференциацией по показателям «ЗНАТЬ» и «УМЕТЬ».

#### **4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

##### **4.1 Тестовые задания для оценки компетенции УК-1.1 по показателю «Знать»**

#### **I. Тип заданий: выбор одного правильного варианта из предложенных вариантов ответов**

Вариант задания 1.

**Потребность - это ....**

1. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
2. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;
3. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;
4. все ответы верны;

Вариант задания 2.

### Понятие микросреды отражает?

1. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно;
2. силы, не влияющие на деятельность предприятия;
3. силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель;
4. все ответы верны;

Вариант задания 3.

### Маркетинговые цели должны быть:

1. определёнными количественно и качественно;
2. достижимыми в конкретных рыночных условиях;
3. способными к адаптации в случае изменения рыночных условиях;
4. все ответы верны.

Вариант задания 4.

### Позиционирование товара — это....

1. сегментирование рынка;
2. определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара;
3. поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;
4. выбор целевого рынка;

Вариант задания 5.

### Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) — это основание для реализации маркетинговой концепции?

1. совершенствования товара;
2. интенсификации коммерческих усилий (реклама);
3. совершенствования производства;
4. все ответы верны;

## II. Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

Вариант задания 1.

### Установите соответствие между видами маркетинга при различных состояниях спроса

1	Потенциальный	1	Противодействующий
2	Падающий	2	Развивающийся
3	Отсутствующий	3	Ремаркетинг
		4	Синхромаркетинг

Вариант задания 2.

### Установите соответствие между стратегиями охвата рынка и их характеристикой:

1	Массовый	1	фирма концентрирует свое внимание на конкретном сегменте рынка, либо же на большей доле одного или нескольких субрынков;
2	Дифференцированный	2	фирма решает пренебречь различиями в сегментах и обратиться ко всему рынку с одним и тем же предложением;



3	Концентрированный	3	фирма выступает сразу на нескольких сегментах рынка и разрабатывает для каждого из сегмента отдельное предложение
		4	фирма минимизирует затраты на производство и сбыт товара

Вариант задания 3.

**Установите соответствие между факторами и направлениям SWOT - анализа:**

1	Слабые стороны (weaknesses)	1	рост потребителей продуктов
2	Сильные стороны (strength)	2	высокие налоговые ставки
3	Опасности (threats)	3	большая энергоёмкость и материалоемкость производств
		4	ценовые преимущества

**III. Тип заданий: выбор нескольких правильных вариантов из предложенных вариантов ответов**

Вариант задания 1.

**Какие разделы не включают в план проведения маркетингового исследования**

1. описание формирования цены на товар;
2. предпочтительный вариант размещения рекламы;
3. формулировка цели исследования;
4. определение объекта и предмета исследования и их описание.

Вариант задания 2.

**Основные факторы макросреды неподконтрольные фирме:**

1. экономические условия;
2. демографические данные;
3. политические факторы;
4. потребители.

#### **4.2 Тестовые задания для оценки компетенции УК-1.1 по показателю «Уметь»**

**I. Тип заданий: задание открытого типа (самостоятельный ввод обучающимся правильного ответа в виде термина, краткого определения)**

Вариант задания 1.

Для анализа возможного развития предприятий общественного питания необходим \_\_\_\_\_

Вариант задания 2.

Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 2,4 млн. руб. в год. При продажной цене 20 руб. за одно изделие точка безубыточности по оценкам будет достигнута при годовом объёме продаж в 400 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объёма продаж, соответствующего точке безубыточности?

Вариант задания 3.

Предположим, что производитель ювелирных украшений планирует выпустить на рынок новое ожерелье и пытается определить безубыточный объём продаж. Постоянные издержки составляют 100 млн руб., удельные переменные издержки — 20

**тыс. руб. Какое количество товара должно быть продано при цене в 45 тыс. руб. за ожерелье, чтобы достигнуть уровня безубыточности?**

Вариант задания 4.

**Если кафе продаёт пиццу по цене 200 руб., при этом ее себестоимость составляет 140 руб., то величина наценки в процентах от розничной цены составляет \_\_\_\_\_ (ответ округлите до десятых)**

Вариант задания 5.

**На рынке массового питания г. Москвы развивается новая форма обслуживания потребителей «Русские блины» предлагающая широкий ассортимент блюд русской национальной кухни. Предполагается, что такие предприятия могут составить в будущем серьезную конкуренцию продукции «Макдональдса», пропагандирующего американский способ быстрого «бутербродного» питания. Какой вид конкуренции имеет место?**

Вариант задания 6.

**Опрос покупателей томатного супа, проведенный в прошлом месяце для изучения интенсивности потребления, дал следующие результаты: никогда не покупал его ранее 4%, купил его в первый раз - 3%, купил его во второй раз -7%, купил его в третий раз -12%, покупал его более трех раз - 74%. На какой стадии жизненного цикла находится данная марка?**

**II. Тип заданий: выбор одного правильного варианта из предложенных вариантов ответов**

Вариант задания 1.

**Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены?**

1. совершенствования производства;
2. ссовершенствование товара;
3. интенсификации коммерческих усилий;
4. маркетинга.

Вариант задания 2.

**Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?**

1. опрос;
2. эксперимент;
3. кабинетное исследование;
4. наблюдение.

Вариант задания 3.

**К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?**

1. кабинетные исследования;
2. некабинетные исследования;
3. полевые исследования;
4. не относится к исследованиям;

Вариант задания 4.

**Исследование зависимости между объемом рекламы и ценой товара может быть проведено с помощью:**

1. наблюдения;
2. эксперимента;
3. опроса;
4. нет правильного ответа.

#### **4.3 Тестовые задания для оценки компетенции ПК 3.1 по показателю «Знать»**

**I. Тип заданий: задание открытого типа (самостоятельный ввод обучающимся правильного ответа в виде термина, краткого определения)**

вариант задания 1.

**Какая функция управления предполагает определение целей деятельности, способов и сроков их достижения?**

вариант задания 2.

**Стиль руководства, при котором руководитель единолично принимает решение и подавляет инициативу подчиненных - \_\_\_\_\_.**

вариант задания 3.

**\_\_\_\_\_ менеджмент — это концепция управления фирмой в долгосрочной перспективе.**

**II. Тип заданий: выбор одного правильного варианта из предложенных вариантов ответов**

вариант задания 1.

**Что является перечнем характеристик, которыми должен обладать работник для успешного выполнения рабочих обязанностей, определенных для конкретной должностной позиции?**

1. психологический портрет
2. стенограмма
3. резюме
4. психограмма

вариант задания 2.

**Человек ленив, старается избегать работы. Людей нужно принуждать к труду – это:**

1. теория «X»
2. теория «Y»
3. теория «Z»
4. теория ожиданий

вариант задания 3.

**Сдельная форма оплаты труда используется в случаях, когда:**

1. цикл работы слишком длинный
2. в работе постоянно происходят изменения
3. работу сложно измерить и она не увязана с конкретными исполнителями
4. работу можно легко измерить и она увязана с конкретными исполнителями

### III. Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

вариант задания 1.

**Установите соответствие элементов процесса принятия решения и его аспектов**

1	юридический	1	анализ, преобразование сведений (данных) о ситуации
2	информационный	2	логические мыслительные операции
3	психологический	3	выбор методов разработки решения
		4	нормативно-правовое обеспечение решения

вариант задания 2.

**Установите соответствие между термином и его описанием**

1	Организация	1	процесс установления пропорций и согласование действий в системе управления
2	Мотивация	2	процесс приобщения рабочих до высокопроизводительности труда
3	Координация	3	процесс формирования структуры управления и создания определенного порядка в работе
4	Контроль		

### IV. Тип заданий: выбор нескольких правильных вариантов из предложенных вариантов ответов

вариант задания 1.

**Преимущества японской модели принятия решений - это:**

1. оперативность разработки
2. оперативность реализации
3. персонификация ответственности
4. обоснованность решения

вариант задания 2.

**Какие характерные типы менеджеров определяет Мак-Клеланд в своей теории мотивации?**

1. институциональные менеджеры, которые испытывают большую потребность во власти
2. «закрытые» менеджеры
3. социально активные менеджеры
4. ни один из названных

#### 4.4 Тестовые задания для оценки компетенции ПК 3.1 по показателю «Уметь»

### I. Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

вариант задания 1.

**Определите последовательность этапов процесса управления**

1. принятие управленческих решений
2. моделирование состояния объекта управления
3. организация выполнения управленческих решений

вариант задания 2.

**Установите правильную последовательность стадий принятия решений:**

1. утверждение;
2. анализ ситуации;
3. выбор критериев;
4. идентификация проблемы;
5. организация выполнения;
6. выбор альтернативы.

**II. Тип заданий: выбор одного правильного варианта из предложенных вариантов ответов**

вариант задания 1.

**Какая последовательность из предложенных ниже шагов предпочтительнее при принятии управленческого решения, базирующегося на рациональной модели?**

1. Разработка вариантов решений, анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов.
2. Анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, согласование выбранного варианта решения с коллективом, оценка решения проблемы, организация выполнения решения.
3. Формулировка проблемы, выбор приемлемого из вариантов решения проблемы, обсуждение выбранного варианта решения.
4. Формулировка проблемы и проблемной ситуации, разработка вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

вариант задания 2.

**Директор кондитерского предприятия непосредственно руководит производством продукции. Однако решения он принимает, пользуясь рекомендациями отдела бухгалтерии и отдела сбыта. Какую организационную структуру характеризует данная ситуация?**

1. функциональную
2. иерархическую
3. линейно-функциональную
4. линейную

вариант задания 3.

**Организация выпускает относительно ограниченную номенклатуру продукции, требует принятия стандартных управленческих задач, дифференцированных по функциям. Данная ситуация описывает структуру:**

1. линейную
2. линейно-штабную
3. функциональную
4. ступенчатую

вариант задания 4.

**При внедрении нового оборудования на заводе по производству минеральной воды был проведен тщательный анализ профессиональных навыков рабочих цеха № 2. Какой вид контроля имеет место в данной ситуации?**

1. текущий
2. стратегический

3. предварительный
4. входной

вариант задания 5.

**Руководитель отдела рекламы фирмы «Весна» принял к действию предложение специалиста А.А. Иванова по составлению рекламного обращения для нового продукта X. О каком стиле руководства идет речь?**

1. демократическом
2. либеральном
3. смешанном
4. авторитарном

вариант задания 6.

**Для определения количественной взаимосвязи между несколькими параметрами исследуемой системы следует применять:**

1. симплекс — метод
2. индексный метод
3. факторный анализ
4. корреляционный метод

**III. Тип заданий: задание открытого типа (самостоятельный ввод обучающимся правильного ответа в виде термина, краткого определения)**

вариант задания 1.

**На кондитерской фабрике «Полёт» есть три цеха. В цехе № 1 работницы разделились на две группы: занимающиеся аэробикой и любители вышивания, в цехе № 2 образовались четыре группы: подруги Колесниковой, подруги Шевцовой, подруги начальника цеха Ивановой и увлекающиеся разведением домашних цветов. В цехе № 3 всех объединяет начальник цеха Петрова. Работницы уважают и ценят ее как профессионала и как личность. Укажите номер цеха, в котором формальный лидер является одновременно неформальным**

вариант задания 2.

**Премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер не признавала компромиссов, считая их отказом от своих убеждений, и не шла на уступки, даже если давление было слишком сильным. Так было с забастовкой шахтёров, которая продолжалась целый год, но не заставила Тэтчер пойти на переговоры с профсоюзами. Эмоции, в том числе эмпатию по отношению к своим подчинённым, она считала проявлением слабости лидера. О каком стиле руководства идет речь?**

### Критерии оценивания теста

Шкала оценивания тестов в разрезе компетенций

Показатели и критерии оценки	Максимальное количество баллов	Фактическое количество баллов
Уровень усвоения теоретического материала по показателю «Знать»	40	
УК-1.1	20	
ПК 3.1	20	

Умение выполнять задания по показателю «Уметь»	60	
УК-1.1	30	
ПК 3.1	30	
Всего	100	

### 5. Вопросы к зачету по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

1. Сущность менеджмента как рыночной концепции управления.
2. Цели и задачи менеджмента.
3. Методы менеджмента.
4. Менеджер и его функции. Содержание и особенности управленческого труда.
5. Становление менеджмента как науки. Школа научного управления.
6. Характеристика основных положений школы административного управления.
7. Теория бюрократического построения организации. Модель «идеальной бюрократии».
8. Характеристика основных положений школы человеческих отношений.
9. Развитие бихевиористского направления в теории менеджмента.
10. Школа количественного подхода к управлению.
11. Характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к менеджменту.
12. Современные научные взгляды на менеджмент.
13. Понятие внутренней и внешней среды фирмы. Основные характеристики внешней среды фирмы и ее влияние на менеджмент.
14. Классификация стилей лидерства.
15. Мотивация
16. Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями
17. Прогнозирование и планирование
18. Технология разработки и принятия решений. Координация. Контроль
- Маркетинг. Основные понятия маркетинга
2. Принципы маркетинга
3. Функции маркетинга
4. Содержание и цели маркетинговой деятельности
5. Рынок – объективная экономическая основа маркетинга
6. Управление маркетингом. Концепции маркетинга
7. Социальная ответственность маркетинга
8. Влияние маркетинга на общество в целом
9. Этика маркетинга
10. Принципы взаимоотношений общества и маркетинга
11. Маркетинг в системе стратегического планирования
12. Стратегия маркетинга
13. План маркетинга
14. SWOT-анализ
15. Контроль маркетинговых мероприятий
16. Микросреда компаний: поставщики, компания, конкуренты, маркетинговые посредники, клиенты.
17. Макросреда компаний: демографическая среда, экономическая среда природная среда, научно-техническая среда, культурная среда, политическая среда
18. Взаимодействие с маркетинговой средой
19. Структура управления службы маркетинга
20. Основные задачи, функции подразделений службы маркетинга
21. Взаимодействие и координация деятельности подразделений службы маркетинга
22. Маркетинговая информационная система
23. Процесс маркетингового исследования

24. Методы маркетингового исследования
25. Измерение спроса
26. Определение рынка. Виды рынков
27. Измерение текущего и совокупного рыночного спроса
28. Прогнозирование рыночного спроса
29. Понятие сегментирования рынка
30. Уровни сегментирования рынка
31. Принципы сегментирования рынков конечных потребителей  
Сегментирование рынков организованных потребителей
33. Этапы процесса сегментирования рынка
34. Эффективность сегментирования рынка
35. Оценка сегментов рынка
36. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка
37. Выявление и анализ конкурентов компании  
Позиционирование ресторанов на рынке услуг
39. Конкурентные стратегии
40. Конкурентные позиции
41. Стратегии лидера рынка
42. Стратегии компании-претендента
43. Стратегии компании-последователя
44. Стратегии компании, обслуживающей рыночную нишу
45. Товар. Классификация товаров
46. Марка товара
47. Марочные стратегии
48. Упаковка товара
49. Послепродажная поддержка товаров

### **Критерии оценивания устного ответа на зачете**

Развернутый ответ обучающегося должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Критерии оценки:

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные



ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

## 6. Темы рефератов

1. Концептуальная эволюция менеджмента.
2. Современная система взглядов на менеджмент.
3. Совокупность научных подходов к менеджменту.
4. Особенности американского менеджмента.
5. Особенности российского менеджмента.
6. Особенности японского менеджмента.
7. Содержание целевой подсистемы Системы Производственного Менеджмента (СПМ).
8. Содержание обеспечивающей подсистемы СПМ.
9. Содержание управляющей подсистемы СПМ.
10. Внешняя среда организации.
11. Внутренняя среда организации.
12. Основные функции менеджмента.
13. Организационные структуры. Сущность. Назначение.
14. Методы построения и типы организационных структур.
15. Виды органических структур управления организацией.
16. Виды бюрократических структур управления организацией.
17. Тенденции эволюции организационных структур.
18. Организация и содержание работ по совершенствованию структур управления.
19. Коммуникационные процессы управления.
20. Различные теории мотивации.
21. Мотивация труда в современных условиях.
22. Различные системы оплат с точки зрения мотивации.
23. Положения теории принятия решений.
24. Классификация управленческих решений и технология принятия управленческих решений.
25. Анализ управленческих решений. Параметры и условия достижения качества и эффективности управленческих решений.
26. Лидерство, власть и влияние.
27. Психологический портрет личности. Оценка деловых качеств менеджера.
28. Научная организация труда менеджера.
29. Основы нормирования ресурсов.
30. Организация подготовки производства новой продукции.
31. Организация производственного процесса в пространстве и во времени.
32. Проведение квалификационных собеседований и собеседований при принятии на работу.
33. Основные методы повышения квалификации.
34. Принципы организации рабочих групп по Белбину.

35. Управление изменениями в организации.
36. Комплексный подход к управлению производительностью.
37. Основные факторы, влияющие на культуру организации.
38. Информация, необходимая для осуществления управления.
39. Основные принципы ведения переговоров.
40. Оперативное управление производством.
41. Природа и типы конфликтов.
42. Причины возникновения конфликтов, управление конфликтами и методы их разрешения.
  1. SWOT - анализ, его сущность, цель, содержание.
  2. Анализ покупательского поведения на основе концепции жизненного стиля.
  3. Анализ состояния внешней среды деятельности торговых предприятий, работающих на российском рынке.
  4. Анализ товарной стратегии конкретного предприятия.
  5. Варианты профилей жизненного цикла товара.
  6. Виды маркетинга: признаки их классификации и характеристика.
  7. Возможности управления розничными продажами.
  8. Выбор целевых рынков (сегментов): обзор и анализ основных подходов.
  9. Государственное регулирование цен: мировой и российский опыт.
  10. Инновационный маркетинг.
  11. Использование скидок в ценовой политике предприятия и их влияние на деятельность предприятия.
  12. Исследование конкурентов: анализ существующих подходов.
  13. Исследование потребителей: анализ основных подходов, методов, процедур.
  14. Кадровый маркетинг.
  15. Каналы товародвижения: понятие, классификация их видов. Факторы, влияющие на выбор оптимального варианта каналов товародвижения.
  16. Коммуникации на современном рынке: теория вопроса.
  17. Конкурентная среда: критерии оценки.
  18. Константы фирменного стиля.
  19. Корпоративная культура: сущность понятия, мировой и российский опыт.
  20. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: особенности применения.
  21. Маркетинговое пространство цен.
  22. Методы манипуляции потребительским поведением.
  23. Модели спроса Торнквиста/Энгеля для различных групп товаров.
  24. Основные принципы мерчандайзинга.
  25. Основные факторы макросреды.
  26. Особенности и признаки сегментации рынка товаров производственного назначения.
  27. Особенности применения и развития маркетинга в России.
  28. Позиционирование торговой точки.
  29. Покупательское поведение на потребительском рынке: особенности, основные характеристики, процесс принятия решения о покупке.
  30. Признаки сегментации рынка потребительских товаров.
  31. Проблемы и перспективы развития каналов распределения на российском рынке.
  32. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций, ее сущность, функции и виды.
  33. Сущность и содержание маркетинга (обзор и анализ мнений).
  34. Сфера рекламной деятельности. Рекламная компания. Требования к рекламе.
  35. Теоретические аспекты изучения поведенческой психологии потребителя.
  36. Функции маркетинга, их содержание.
  37. Цели и задачи маркетинговой деятельности.
  38. Ценовая политика: сущность, роль в комплексе маркетинга и принципы разработки.

39. Ценовая стратегия: основные подходы к ценообразованию, достоинства, недостатки, перспективы применения в конкретных областях деятельности.
40. Ценообразование в комплексе маркетинга, его содержание (основные этапы) и методы.
41. Эффективное управление ассортиментом продукции.

### Критерии оценки реферата

✓ 100-86 баллов выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

✓ 75-61 балл – обучающийся проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких - либо комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Реферат обучающийся имеет право представить в виде презентации

### Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	<b>Содержание критериев</b>			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы

<b>Представление</b>	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
<b>Оформление</b>	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
<b>Ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений