

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

Факультет Ветеринарной медицины и технологий животноводства


наименование факультета

Кафедра экономики АПК

наименование кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

Меделяева З.П. 

31.08. 2017 г.

Фонд оценочных средств

по дисциплине Б.1.Б.3. Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности для направления 36.03.01 «Ветеринарно- санитарная экспертиза»

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

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины		
		1	2	3
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	+	+	+
ПК-8	готовность составлять производственную документацию (графики работ, инструкции, заявки на материалы, оборудование) и установленную отчетность по утвержденным нормам		+	+

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

2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины

Виды оценок	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале (экзамен)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	хорошо	отлично

2.2 Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень (удовл.) зачет	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Общекультурные								
ОК-3	<p>Знать: основы экономики предприятий АПК;</p> <p>Уметь: анализировать экономическое состояние предприятия и рынка продовольствия;</p> <p>Иметь навыки: использования экономических знаний для повышения эффективности производства и обмена;</p>	1,3	Знание основных понятий, тенденций развития и закономерностей экономики предприятий АПК, умение дать экономическую оценку проблемам и процессам производства и обмена	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, тестирование	Задания из разделов 3.1, 3.3 Тесты из задания 3.3 Задачи из раздела 3.6	Задания из разделов 3.1, 3.3 Тесты из задания 3.3 Задачи из раздела 3.6	Задания из разделов 3.1, 3.3 Тесты из задания 3.3 Задачи из раздела 3.6
Профессиональные								
ПК-8	<p>Знать: организационные закономерности, уровни, цели, принципы и функции маркетинга;</p> <p>Уметь: анализировать товарную,</p>	3	Знание основ организации, маркетинга, умение изучать и анализировать рынок продовольствия,	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, тестирование	Задания из раздела 3.3 Вопросы к экзамену 3.1 Задачи из раздела 3.6	Задания из раздела 3.3 Вопросы к экзамену 3.1 Задачи из	Задания из раздела 3.3 Вопросы к экзамену

	<p>ценовую и сбытовую политику и делать обобщенную оценку рынка продовольствия;</p> <p>Иметь навыки: организационного проектирования, разработки производственной документации;</p>		<p>владеть методами оценки рынка, разработки планов и производственных программ.</p>				раздела 3.6	3.1 Задачи из раздела 3.6
--	--	--	--	--	--	--	-------------	------------------------------

2.3 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
Общекультурные						
ОК-3	<p>Знать: основы экономики предприятий АПК;</p> <p>Уметь: анализировать экономическое состояние предприятия и рынка продовольствия;</p> <p>Иметь навыки: использования экономических знаний для повышения эффективности производства и обмена;</p>	<p>Лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Устный опрос, тестирование, экзамен</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p> <p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p> <p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p> <p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>
Профессиональные						
ПК-8	<p>Знать: организационные закономерности, уровни, цели, принципы и функции маркетинга;</p>	<p>Лекции, лабораторные занятия,</p>	<p>Устный опрос, тестирование,</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p>	<p>Задания из раздела 3.3</p>

	<p>Уметь: анализировать товарную, ценовую и сбытовую политику и делать обобщенную оценку рынка продовольствия;</p> <p>Иметь навыки: организационного проектирования, разработки производственной документации</p>	самостоятельная работа	экзамен	<p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>	<p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>	<p>Вопросы к экзамену 3.1</p> <p>Задачи из раздела 3.6</p>
--	---	------------------------	---------	--	--	--

2.4 Критерии оценки на экзамене

Оценка экзаменатора, уровень	Критерии (дописать критерии в соответствии с компетенциями)
«отлично», высокий уровень	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы
«хорошо», повышенный уровень	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.
«удовлетворительно», пороговый уровень	Обучающийся показал знание основных положений учебной дисциплины, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной
«неудовлетворительно»,	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.5 Критерии оценки устного опроса

Оценка	Критерии
«отлично»	выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
«хорошо»	выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе
«удовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала
«неудовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.6 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.	Не менее 55 % баллов за задания теста.
Продвинутый	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.	Не менее 75 % баллов за задания теста.
Высокий	Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Не менее 90 % баллов за задания теста.
Компетенция не сформирована		Менее 55 % баллов за задания теста.

2.7 Критерии оценки решения задачи

Оценка	Критерии
«неудовлетворительно»	задача не решена или решена неправильно
«удовлетворительно»	задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.
«хорошо»	составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ
«отлично»	составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Вопросы к экзамену

1. Понятие науки «Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности».
2. Связь с другими науками и методами исследования.
3. Понятие ресурсов.
4. Понятие и классификация основных средств производства.
5. Содержание основных средств производства.

6. Характеристика и особенности использования основных и оборотных средств производства.
7. Показатели обеспеченности и эффективности использования основных и оборотных средств производства в перерабатывающей промышленности
8. Понятие экономической сущности издержек производства и их классификация.
9. Себестоимость производства продукции.
10. Структура себестоимости продукции молочной и мясной промышленности.
11. Показатели экономической эффективности производства.
12. Методика расчета показателей экономической эффективности.
13. Основные направления повышения эффективности предприятий перерабатывающей промышленности.
14. Понятие, состав и структура агропромышленного комплекса.
15. Система экономических отношений в АПК.
16. Развитие агропромышленного комплекса и продовольственная безопасность.
17. Организационно-экономические основы хозяйственных товариществ, государственных и муниципальных предприятий.
18. Организационно-экономические основы с/х производственных кооперативов, акционерных обществ.
19. Принципы, методы и системы внутрихозяйственного планирования.
20. Основное содержание годового производственно-финансового плана деятельности с/х предприятия и бизнес-плана.
21. Годовые производственные планы внутрихозяйственных подразделений.
22. Оперативное планирование предприятий.
23. Понятие, содержание и принципы эффективной организации труда.
24. Организация труда на рабочих местах и в рабочих процессах.
25. Разделение и кооперация труда, формы организации труда.
26. Трудовые коллективы.
27. Режимы труда и отдыха.
28. Понятие о нормировании и нормах труда.
29. Классификация затрат рабочего времени.
30. Методы нормирования труда.
31. Приемы наблюдения за использованием рабочего времени.
32. Понятие и принципы оплаты труда.
33. Виды, формы и системы оплаты труда.
34. Тарификация труда.
35. Тарифная система оплаты труда.
36. Организация оплаты труда работников перерабатывающей промышленности.
37. Правовые аспекты труда
38. Понятие и основные категории маркетинга.
39. Цели, принципы и функции маркетинга.
40. Концепции маркетинговой деятельности.
41. Уровни и разновидности маркетинга.
42. Рынок как основа маркетинга.
43. Маркетинговая ,товарная политика..
44. Товарная политика.
45. Ценовая политика.
46. Сбытовая политика.
47. Маркетинговая информация.
48. Планирование маркетинговой деятельности.
49. Управление маркетингом.
50. Контроль и оценка маркетинговой деятельности.
51. Показатели трудообеспеченности и использования трудовых ресурсов.

52. Показатели производительности труда и трудоемкости производства продукции.
53. Определение экономической эффективности производства.
54. Расчет режимов труда, отдыха и норм труда.
55. Расчет штата перерабатывающего цеха (предприятия).
56. Определение фонда оплаты труда работников цеха (предприятия).
57. Расчет расценок и начисление оплаты труда за продукцию.
58. Методика планирования издержек и себестоимости продукции.

Тесты по итогам изучения дисциплины «Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности» по направлению 36.03.01 – «Ветеринарно-санитарная экспертиза»

Тема 1.1 Понятие и методы науки

1. Предмет исследования науки экономики – это:
 - а) совокупность хозяйствующих субъектов;
 - б) источники богатства;
 - в) совокупность производственных отношений;
 - г) финансовые потоки.
2. Организация производства – это:
 - а) система мер по эффективному использованию земельных, материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
 - б) упорядоченность состава, взаиморасположения и взаимодействия элементов производственной системы;
 - в) совокупность технологических, технических и экономических мероприятий;
 - г) метод ведения производства.
3. Маркетинг – это:
 - а) наука управления;
 - б) совокупность саморегулируемых оптимальных организационных и материальных условий производства;
 - в) система изучения потребностей населения и управления их удовлетворением через эффективную организацию рынка.
 - г) целенаправленное воздействие на сельскохозяйственное производство;

Тема 1.2 Материально-техническая база

1. Экономические ресурсы состоят из:
 - а) земельных ресурсов;
 - б) материальных ресурсов;
 - в) трудовых ресурсов;
 - г) ресурсов животного мира;
 - д) финансовых ресурсов.
2. Средства труда, выраженные в стоимостной форме, которые многократно участвуют в производственном процессе и переносят свою стоимость на вновь созданный продукт по частям, называют:
 - а) оборотными фондами;
 - б) непроизводственными фондами;
 - в) основными фондами;
 - г) фондами обращения.
3. По вещественно-натуральному составу основные фонды подразделяются на следующие основные группы:
 - а) здания;

- б) сооружения;
- в) молодняк животных;
- г) передаточные устройства;
- д) денежные средства;
- е) машины и оборудование;
- ж) рабочий скот;
- з) продуктивный скот;
- и) семенной материал.

4. Средства производства, которые целиком потребляются в процессе одного производственного цикла и полностью переносят стоимость на вновь созданный продукт, называют:

- а) основными фондами;
- б) оборотными фондами;
- в) непродуктивными фондами;
- г) накладными расходами.

5. Производственные оборотные фонды подразделяются на:

- а) управленческие расходы;
- б) производственные запасы;
- в) незавершенное производство;
- г) заемные средства;
- д) расходы будущих периодов.

6. Норма амортизации – это:

- а) годовой процент погашения стоимости основных фондов;
- б) процент износа основных средств производства за год;
- в) сумма денег, отложенная на восстановление основных фондов;
- г) степень потери потребительных свойств средств производства за год.

7. Когда в животноводстве больше всего оборотных средств?

- а) весной;
- б) летом;
- в) осенью;
- г) зимой;
- д) при сокращении поголовья.

8. Фондоотдача – это:

- а) отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к стоимости валовой продукции;
- б) отношение прибыли к стоимости основных и оборотных фондов;
- в) отношение стоимости валовой продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения;
- г) отношение стоимости основных производственных фондов к чистому доходу предприятия.

9. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств – это:

- а) затраты оборотных средств к денежной выручке от реализации продукции;
- б) отношение денежной выручки от реализации продукции и стоимости молодняка, переведенного в основное стадо, за вычетом стоимости проданного скота основного стада к среднему остатку оборотных средств за год;
- в) отношение количества дней в году к продолжительности одного оборота в днях;
- г) отношение продолжительности одного оборота в днях к количеству календарных дней в году.

Тема 1.3 Издержки производства и себестоимость продукции

1. Издержки производства – это:

- а) затраты живого труда на создание продукции;

- б) затраты прошлого труда, овеществленного в средствах производства, на создание продукции;
 - в) совокупность затрат живого и прошлого труда, овеществленного в с средствах производства, на создание продукции;
 - г) затраты и прибыль конкретного предприятия;
2. Валовые издержки предприятия включают:
- а) внутренние и внешние издержки;
 - б) сумму постоянных и переменных издержек;
 - в) общественные и индивидуальные издержки;
 - г) сумма предельных и средних издержек.
3. В структуре себестоимости продукции животноводства статьи затрат в порядке убывания, как правило, распределяются:
- а) зарплата, корма, амортизация, прочие затраты;
 - б) амортизация, зарплата, корма, прочие затраты;
 - в) прочие затраты, корма, зарплата, амортизация;
 - г) корма, зарплата, амортизация, прочие затраты.

Тема 1.4 Экономическая эффективность производства

1. К показателям экономической эффективности производства животноводческой продукции относят:

- а) продуктивность животных;
- б) валовой доход;
- в) процент падежа;
- г) чистый доход;
- д) прибыль;
- е) уровень рентабельности.

2. Уровень рентабельности рассчитывается как:

- а) отношение денежной выручки к полной себестоимости в процентах;
- б) отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных и оборотных фондов;
- в) разница между стоимостью валовой продукции и материальными затратами;
- г) отношение полученной прибыли к полной себестоимости продукции в процентах

3. Основные направления повышения эффективности сельскохозяйственного производства включают:

- а) создание и развитие фермерских хозяйств;
- б) снижение себестоимости производства продукции;
- в) повышение урожайности растений и продуктивности животных;
- г) поиски выгодных рынков сбыта продукции;
- д) улучшение качества продукции.

Тема 1.5 Агропромышленный комплекс и его структура

1. Агропромышленный комплекс включает:

- а) две сферы;
- б) три сферы;
- в) четыре сферы;
- г) пять сфер.

2. Наибольшее количество конечного продукта (50%), основных производственных фондов (65%) и 60% численности работников сосредоточено:

- а) в I сфере, включающей отрасли промышленности, обеспечивающие АПК средствами производства;
- б) во II сфере, представленной сельским хозяйством;
- в) в III сфере, включающей совокупность отраслей и предприятий, обеспечивающих заготовку, транспортировку, хранение, переработку сельскохозяйственного сырья, а также реализацию конечного продукта.

3. Основными формами организации экономических отношений являются:

- б) примат I сферы;
- в) прямые связи;
- г) давальческая модель;
- д) монополизм III сферы, по отношению ко II сфере.

4. Условиями продовольственной безопасности являются:

- а) монополизм I сферы АПК;
- б) физическая доступность продовольствия;
- в) экономическая доступность продовольствия;
- г) самоограничение в потреблении продуктов питания.

Тема 2.1 Организационно-экономические основы с-х предприятий

1. По разделению труда с-х предприятия классифицируются на

- а) механизированные, автоматизированные, ручные;
- б) специализированные, многоотраслевые;
- в) сельскохозяйственные, агропромышленные;
- г) мелкие, средние, крупные.

2. По форме собственности с-х предприятия подразделяются.

- а) кооперативной, общинной, индивидуальной;
- б) группы компаний, агрохолдинговой, иностранных государств;
- в) частной государственной, муниципальной, общественных организаций,

и иностранных государств;

- г) мелкой, средней, крупной, олигархической.

3. Собственником унитарного предприятия является.

- а) государство или местные органы власти;
- б) товарищества и хозяйственные общества;
- в) открытое и закрытое акционерное общество;
- г) иностранные граждане, общественные организации.

4. В какой организационно-правовой форме возможна ситуация, когда сделку заключает один участник, а имущественную ответственность несут все.

- а) в открытом и закрытом акционерном обществе;
- б) в государственном и муниципальном предприятии;
- в) в обществе с ограниченной ответственностью и в малом предприятии;
- г) в полном товариществе и коммандитном товариществе.

5. Где число членов не должно превышать 50.

- а) в закрытом акционерном обществе;
- б) в обществе с дополнительной ответственностью;
- в) в обществе с ограниченной ответственностью;
- г) в производственном кооперативе.

6. Закрытая подписка на акции применяется.

- а) в унитарных предприятиях;
- б) в открытых акционерных обществах;
- в) в закрытых акционерных обществах;
- г) в товариществе на вере.

7. В какой организационно-правовой форме прибыль распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием.

- а) в полном товариществе;
- б) в производственном кооперативе;
- в) в акционерных обществах;
- г) в хозяйственных обществах.

Тема 2.2 Внутрихозяйственное планирование

1. Под внутрихозяйственным планированием понимается:

- а) прогноз состояния предприятия на определенный срок;

- б) цифровое моделирование будущей деятельности и достижения определенного состояния предприятия;
 - в) установление оптимальных пропорций и темпов развития предприятия на определенный срок;
 - г) система предположений о достижении определенных показателей деятельности предприятия через определенное время.
2. Планирование предполагает использование следующих основных методов:
- а) монографический, экономико-статистический, экспериментально-аналитический;
 - б) анкетирования, расчетно-аналитический, балансовый, системный;
 - в) балансовый, нормативный, расчетно-конструктивный, экономико-математический;
 - г) анализа и синтеза, индукции и дедукции, предвидения и интуиции.
3. Основными принципами планирования являются:
- а) материальной ответственности, самофинансирования, директивности, демократического централизма;
 - б) сбалансированности, материальной обеспеченности планов, реальности, комплексности;
 - в) системности, единства политики и экономики, пропорциональности, адекватности;
 - г) научности, выделения ведущего звена, сбалансированности, сочетания перспективных и текущих планов, контроля за выполнением планов.
4. Система внутрихозяйственного планирования включает:
- а) прогноз, предвидение, план;
 - б) основные направления развития, провизорный план, конечный план;
 - в) перспективные, текущие и оперативные планы;
 - г) производственную программу, расчет издержек, финансовый план
5. Годовой производственно-финансовый план деятельности сельскохозяйственного предприятия включает следующие основные разделы:
- а) местоположение предприятия, природно-климатические условия, основные средства производства, производственная программа, издержки производства;
 - б) юридический статус, организационная структура, основные экономические показатели, производственная программа, ценообразование, инвестиционная деятельность, финансовая деятельность;
 - в) баланс продукции растениеводства, производство и себестоимость продукции животноводства, корма, капитальные вложения, ветеринарные мероприятия;
 - г) производство и себестоимость продукции растениеводства, производство и себестоимость продукции животноводства, производство и реализация промышленной продукции, финансовый план.
6. Бизнес-план, как правило, содержит следующие разделы:
- а) возможности и характеристика предприятия, план маркетинга, производственный план, организация и управление предприятием, планирование трудовых ресурсов, план инвестиций и финансовый план;
 - б) план развития растениеводства, план развития животноводства, оценка рисков и страхование, размер дивидендов каждого акционера;
 - в) концепция бизнеса, источники инвестиций, план производства кормов, продукции растениеводства и животноводства, стратегия финансирования;
 - г) ассортимент производимых товаров и их отличия, основные конкуренты, маркетинговая стратегия, ценовая стратегия, план экологических и ветеринарных мероприятий.
7. Хозрасчетное задание животноводческой фермы включает:
- а) оборот стада, план оздоровления животных, план племенной работы;

- б) план получения продукции, план ветеринарных мероприятий, финансовый план;
- в) план осеменения животных и получения приплода, оборот стада, продуктивность животных и выход продукции, прямые издержки на 1 голову и единицу продукции;
- г) план социального развития коллектива, план племенной работы, лимиты издержек.

Тема 2.3 Основы организации труда на сельскохозяйственных предприятиях

1. Элементами организации труда являются:
 - а) хороший психологический микроклимат коллектива, сплоченность, обмен опытом;
 - б) управляемость коллектива, оптимальные размеры, взаимозаменяемость;
 - в) организация рабочих мест, предметно-замкнутых участков, разделение и кооперация труда, режимы труда и отдыха, нормирование труда;
 - г) дисциплина труда, подготовка кадров, самоорганизация.
2. К основным принципам организации труда относят:
 - а) справедливость, равновыгодность, подбор кадров, дисциплина труда;
 - б) заинтересованность, соответствие, оптимальность и эффективность;
 - в) самокупаемость, самостоятельность, материальную ответственность и заинтересованность;
 - г) оперативность, гибкость, комплексность, дифференцированность.
3. К принципам эффективной организации рабочих мест относят:
 - а) эргономичность, комфортность, обеспеченность средствами производства, безопасность;
 - б) дешевизна, окупаемость, мобильность;
 - в) компактность планировки, благоприятного положения рабочего и траектории его движения, непрерывности и оптимального темпа работы, оптимальной загрузки во времени рабочего и оборудования;
 - г) коммуникабельность, соответствие антропометрическим данным работника, оптимальные санитарно-гигиенические условия труда.
4. Принципы рациональной организации рабочих процессов включают:
 - а) пропорциональность, согласованность, ритмичность, параллельность, организационную надежность, поточность;
 - б) компактность планировки, оптимальный темп, кооперация, гуманность;
 - в) наличие резервов, адекватности, дисциплинированности, управляемости;
 - г) закрепления средств производства, заинтересованности, оптимальности, обособленного участка работ.
5. Формы единичного разделения труда:
 - а) добровольное, принудительное, добровольно-принудительное;
 - б) функциональное, технологическое и квалификационное;
 - в) постоянная, временная и сезонная;
 - г) на основе первичного трудового коллектива, во вторичном трудовом коллективе.
6. Положительный эффект разделения труда состоит:
 - а) в возможности общения работников, диверсификации производства;
 - б) в создании условий для кооперации и специализации производства;
 - в) в более быстром обучении работников и достижении ими более высокого уровня квалификации, эффективном использовании машин и достижении более высокой производительности труда;
 - г) в повышении уровня управляемости коллектива, продукт труда создается коллективными усилиями.
7. Кооперация труда позволяет повысить его производительность за счет:
 - а) диверсификации, общения работников, рационального распределения обязанностей;

- б) управления из единого центра, координации усилий;
- в) единой цели, сплочения работников хорошего психологического микроклимата;
- г) соревнования, взаимопомощи, взаимообучения, положительного эффекта от сложения сил.

8 К принципам рациональной организации трудовых коллективов относят:

- а) благоприятный психологический климат, сплоченность, единые жизненные цели;
- б) постоянство состава работников и средств производства, обособленность участка работ, плановость, оптимальные размеры и управляемость, заинтересованность в коллективных результатах труда;
- в) четкое распределение обязанностей, взаимозависимость и иерархичность подчинения, взаимозаменяемость;
- г) регламентация работ и обязанностей, своевременная аттестация работников, поощрение достижений.

9. По специализации трудовые коллективы могут быть:

- а) узкоспециализированные, многоотраслевые, неспециализированные;
- б) специализированные, отраслевые и комплексные;
- в) линейные, функциональные, комплексные;
- г) однонаправленные, многонаправленные, интегральные

10 Оптимальный размер бригады в сельском хозяйстве равен:

- а) 5-7 человек;
- б) 7-10 человек;
- в) 15-20 +/- 5 человек;
- г) от 25 до 40 человек.

11 Основные требования к режимам труда и отдыха:

- а) не допускать утомления работника и не регламентирования перерывов;
- б) обеспечивать работу в желательное для работника время и эффективно использовать рабочее время;
- в) обеспечение нормального хода производственного процесса, сохранение здоровья, высокой работоспособности и производительности труда;
- г) сокращение количества рабочих смен и количество работников занятых во 2-ю и 3-ю смены, повышение эффективности использования трудовых ресурсов.

Тема 2.4 Основы нормирования труда

1. Виды норм труда:

- а) расчетные и опытные;
- б) обслуживания, выработки, времени, численности;
- в) выработки, обслуживания, индивидуальные, групповые;
- г) производственные, технологические, управленческие.

2. Время работы по выполнению производственного задания включает:

- а) время основной работы, время регламентированных и нерегламентированных перерывов;
- б) время оперативной работы, простой по техническим и организационным причинам;
- в) время получения производственного задания, время подготовки средств труда и исполнителя, время основной работы, регламентированные перерывы;
- г) время подготовительно-заключительных работ, время основной работы, время вспомогательных работ, время организационно-технического обслуживания.

3. Перерывы в работе исполнителя в течение рабочего дня подразделяются:

- а) необходимые, вынужденные;
- б) регламентированные, нерегламентированные;

- в) на обед, на переодевание;
 - г) на индивидуальные, на коллективные.
4. Методы нормирования труда:
- а) балансовый и расчетно-конструктивный;
 - б) опытно-статистический и экспертный;
 - в) аналитический и кооперативный;
 - г) суммарный, расчетно-аналитический и экспериментально-аналитический.
5. Приемы наблюдения за использованием рабочего времени:
- а) открытое, инкогнито;
 - б) индивидуальное, групповое и коллективное наблюдение;
 - в) фотография рабочего дня, хронометраж, фотохронометраж;
 - г) статистический и экспериментальный.
6. Норма обслуживания животных рассчитывается путем:
- а) деления фактической нормы обслуживания на коэффициент загруженности исполнителя;
 - б) деления фактической продолжительности смены на время обслуживания одного животного;
 - в) вычитания из нормативной продолжительности смены времени основной работы и подготовительно-заключительных работ;
 - г) вычитания из нормативной продолжительности смены нормативного времени подготовительно-заключительных работ и времени отдыха, и деления результата на норму времени на обслуживание 1 животного.

Тема 2.5 Организация оплаты труда

1. К принципам оплаты труда относят:
- а) комплексность, дифференцированность, оперативность, справедливость, преднамеренность;
 - б) соответствия, сочетания интересов, плановости, гарантийности, простоты и ясности, неуклонного роста;
 - в) гибкости, заинтересованности, достаточности, информированности, отражения коллективного интереса;
 - г) пропорциональности, согласованности, оптимальности, эффективности, социальной значимости.
2. Основные виды оплаты труда:
- а) легальная и нелегальная;
 - б) заработанная и расчетная;
 - в) основная и дополнительная;
 - г) основная и побочная.
3. Выделяют следующие формы оплаты труда:
- а) сдельная и повременная;
 - б) стимулирующая, компенсационная и премиальная;
 - в) внутрифирменные и внефирменные;
 - г) облагаемые налогом и необлагаемые налогом.
4. Основные системы оплаты труда:
- а) повременная и сдельная, основная и дополнительная;
 - б) от валового и хозрасчетного дохода, по трудодням;
 - в) простая повременная, повременно-премиальная, простая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно-аккордная, сдельно-прогрессивная;
 - г) тарифная, бестарифная, натуральная, надтарифная.
5. В практике тарификации труда используются следующие основные методы:
- а) наблюдения и обсуждения;
 - б) анкетирования и дискуссий;
 - в) демократический и авторитарный;

г) суммарный и аналитический.

6. Конгрессом МОТ основными факторами по оценке качества труда признаны:

а) инициатива, профессиональный опыт, стаж, владение смежными специальностями;

б) самостоятельность, широта знаний, коммуникабельность, умение работать с людьми;

в) квалификация, физические усилия, умственное напряжение, ответственность, условия труда;

г) стаж, организаторские способности, темп работы, качество работы, самостоятельность.

7. Основными элементами современной тарифной системы оплаты труда являются:

а) виды, формы, системы оплаты труда;

б) тарифно-квалификационные справочники, тарифные сетки, тарифные ставки, районные и отраслевые коэффициенты;

в) методы тарификации работ и работников, факторы оценки качества труда, расценки по оплате труда за единицу работ или продукции;

г) Аттестуемые работники, аттестация, присваиваемые разряды.

8. Тарифная сетка – это:

а) сборник расценок по оплате труда за единицу работ или продукции...;

б) совокупность ставок по оплате труда...;

в) шкала тарифных разрядов и тарифных коэффициентов...;

г) сборник должностных характеристик.

9. Тарифные ставки по оплате труда – это:

а) расценки по оплате труда за единицу работ или продукции;

б) расценки по оплате труда в денежной форме за единицу рабочего времени;

в) вилка разрядов по тарификации тех или иных профессий и специальностей;

г) коэффициент по оплате труда в разных регионах.

10. Районные коэффициенты применяются:

а) в районах каждой области РФ;

б) в наиболее перспективных областях;

в) в районах сельской местности;

г) в отдаленных районах страны и с более суровым климатом.

11. В сельском хозяйстве применяется:

а) единый отраслевой коэффициент по оплате труда;

б) для каждой специальности особый отраслевой коэффициент;

в) отдельные отраслевые коэффициенты для трактористов-машинистов и водителей, для животноводов, для работников ручного труда в растениеводстве, для руководителей и специалистов;

г) отраслевые коэффициенты для производственного персонала и руководителей в отдельности.

12. В тарифно-квалификационных справочниках указано:

а) к какому разряду относится работа;

б) вилка разрядов, которыми тарифицируется профессия или специальность и необходимые качества работников;

в) какие тарифные сетки применяются в тех или иных отраслях;

г) разряды, тарифные коэффициенты, ставки и расценки по оплате труда за отдельные виды работ или продукции.

13. Заработанная плана по ТК РФ должна выплачиваться:

а) не реже чем каждые полмесяца в день, установленный коллективным договором, трудовым договором;

- б) не реже 1 раза в месяц;
 - в) не реже 1 раза в квартал в соответствии с правилами внутреннего распорядка организации;
 - г) не реже 1 раза в месяц с задержкой на срок не более 15 дней.
14. Труд трактористов-машинистов по ЕТС тарифицируется:
- а) 2-6 разрядами в зависимости от стажа работ;
 - б) 8-14 разрядами в зависимости от уровня квалификации;
 - в) 6-10 разрядами в зависимости от назначения машин;
 - г) 6-10 разрядами в зависимости от класса тяги машины в тоннах.
15. Основных работников животноводства рекомендуется тарифицировать:
- а) в зависимости от уровня квалификации работника и применять отраслевой коэффициент 1,4;
 - б) в зависимости от сложности работ при отраслевом коэффициенте 1,5;
 - в) в зависимости от стажа работы при отраслевом коэффициенте 1,8;
 - г) в зависимости от вида работ при отраслевом коэффициенте 1,3.

Тема 3.1 Основные категории маркетинга

1. Основные категории маркетинга:
- а) рабочая сила, деньги, стоимость;
 - б) нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок;
 - в) стратегия, политика, концепция, ресурсы;
 - г) конкуренция, предложение, цена, план, трудовые ресурсы, оплата труда
2. Цели маркетинга :
- а) конкурентоспособность, прибыль, расширение сегмента рынка;
 - б) повышение производительности труда, развитие производства, рост оплаты труда;
 - в) предоставление максимально широкого выбора, высокого уровня потребления, потребительской удовлетворенности, повышение качества жизни;
 - г) достижения справедливых условий обмена, ликвидация безработицы, гармония отношений работодателя с работником.
3. Принципы маркетинга:
- а) пропорциональности, согласованности, надежности, параллельности, адекватности;
 - б) материальной выгоды, соответствия, конкурентоспособности, эффективности, оптимальности;
 - в) дифференциации, мобильности, работы над собой, гибкости, заботы о потребителе;
 - г) соответствия, опережения, информированности и адаптации, концентрации усилий.
4. Функции маркетинга:
- а) анализ, целеполагание, прогнозирование, планирование, организация, координация, учет, контроль;
 - б) произвести, продать, получить прибыль;
 - в) исследование рынка, ценообразование, подавление конкурентов, получение независимости от потребителя;
 - г) развитие коммуникационной политики, товарная политика, разведка секретов конкурентов, создание собственного лобби в местах продаж.
5. Концепции маркетинговой деятельности:
- а) подавления равных конкурентов, достижение впереди идущих, внушение покупателю исключительности своих товаров;
 - б) совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификация коммерческих усилий, маркетинга, социально-этического маркетинга;
 - в) равенства, превосходства, неповторимости, исключительности, эффективности;

- г) конкурентных преимуществ, монопольного превосходства, сговора, подавления.
- б. Основные виды маркетинга:
 - а) интенсивный, развивающийся, концентрированный, рассеянный;
 - б) стимулирующий, коммерческий, дифференцированный, агрессивный, антигуманный;
 - в) недифференцированный, дифференцированный, концентрированный, комплексный, коммуникативный;
 - г) конверсионный, ремаркетинг, изолированный, обороняющийся, догматический.

Тема 3.2. Рынок и маркетинговая политика

1. По объектам приложения выделяют рынки.:
 - а) оптовый, розничный, равновесный, валютный;
 - б) свободный, регулируемый, монополистический;
 - в) открытый, закрытый, локальный, региональный, мировой, земли;
 - г) товаров и услуг, рабочей силы, земли, валютный, кредитный, идей и технологий.
2. Микросреда маркетинга включает элементы:
 - а) поставщики, конкуренты, посредники, потребители, контактные аудитории;
 - б) товар, цена, методы распространения, методы стимулирования;
 - в) информация, реклама, конкурентная борьба, прибыль;
 - г) финансовые круги, государственные учреждения, широкая публика.
3. Жизненный цикл товара включает стадии:
 - а) производство, хранение, реализация, потребление;
 - б) разработки, внедрения на рынок, роста, зрелости, спада;
 - в) сырье, полуфабрикат, готовое изделие, товар, продукт потребления;
 - г) материал, энергия, потребительная стоимость, утильсырье.
4. В маркетинге выделяют следующие ценовые стратегии:
 - а) завоевания рынка, удержания рынка, эксплуатации и обмана всех;
 - б) наращивания цен, снижения цен, ценового маятника, ценовой дифференциации;
 - в) высоких цен, низких цен, дифференцированных цен, льготных цен, дискриминационных цен, единых цен, гибких цен, стабильных цен и т.п.
 - г) недифференцированных цен, неокругленных цен, ценового беспредела, ценовой неосведомленности и т.п.

Тема 3.3. Информация, планирование и управление маркетингом

1. Этапы обращения информации:
 - а) сбор, обработка, искажение, распространение;
 - б) наблюдение, опрос, эксперимент;
 - в) оплата поставщикам, распоряжение, использование информации;
 - г) восприятие, подготовка, передача, обработка, отображение, воздействие.
2. Требования к специалистам по маркетингу:
 - а) высокий профессионализм, творческое мышление, энергичность, коммуникабельность, целеустремленность;
 - б) стремление сделать карьеру, неразборчивость в средствах, умение обманывать;
 - в) аналитический ум, объективность самооценки, инновационный подход, умение обмануть посредника и потребителя;
 - г) интуиция, быстрота мышления, неразборчивость в средствах, прагматический подход.
3. В маркетинге выделяют следующие виды контроля:
 - а) локальный, сетевой, тотальный;
 - б) за выполнение годовых планов, прибыли, стратегический контроль;
 - в) текущий, оперативный, перспективный, повседневный;
 - г) за товарами, за работниками, за финансами.

3.4 Реферат

не предусмотрен

3.5. Темы курсовых работ

не предусмотрены

3.6 Типовые задачи

Задача 1. Рассчитать фондоотдачу, если:

- а) предприятие получило 250 млн руб. валовой продукции за год при среднегодовой стоимости основных средств производства 125 млн руб.;
- б) предприятие получило 140 млн руб. валовой продукции за год при среднегодовой стоимости основных средств производства 210 млн руб.

Задача 2. Установить фондоемкость производства, если:

- а) при среднегодовой стоимости основных средств производства 120 млн руб. за год получено валовой продукции 100 млн руб.;
- б) при среднегодовой стоимости основных средств производства 280 млн руб. за год получено валовой продукции 320 млн руб.

Задача 3. Определить эффективность использования трудовых ресурсов, если:

- а) на 1 среднегодового работника за год выработано 2100 чел.-ч при норме 1750 чел.-ч;
- б) на 1 среднегодового работника за год выработано 1575 чел.-ч при норме 1750 чел.-ч.

Задача 4. Рассчитать продолжительность рабочей смены:

- а) при продолжительности рабочей недели 40 часов и режиме 4 рабочих, 3 выходных дня в неделю;
- б) при продолжительности рабочей недели 36 часов и режиме 5 рабочих, 1 выходной день в неделю.

Задача 5. Рассчитать норму обслуживания дойных коров:

- а) при продолжительности рабочего дня 432 минуты, Тпз – 32, Тотл – 30, Тоб – 7,4 минуты;
- б) при продолжительности рабочего дня 360 минут, Тпз – 36, Тотл – 30, Тоб – 3 минуты.

Задача 6. Рассчитать сдельную расценку оплаты труда доярки за 1 ц молока, за 1 голову приплода:

- а) при дневной тарифной ставке 720 руб., норме обслуживания 50 коров, удое 5000 кг молока на 1 корову в год, 30% тарифного фонда оплаты за уход;
- б) при дневной тарифной ставке 840 руб., норме обслуживания 42 коровы, удое 4800 кг молока на 1 корову в год, 25% тарифного фонда оплаты за уход.

Задача 7. Определить себестоимость 1 ц молока и 1 головы приплода:

а) при затратах на навоз 850 тыс. руб., всех затратах по дойному стаду 50000 тыс. руб. и получении 23 тыс. ц молока и 395 голов приплода;

б) при затратах на навоз 1200 тыс. руб., всех затратах по дойному стаду 75000 тыс. руб. и получении 32 тыс. ц молока и 525 голов приплода.

Задача 8. Рассчитать уровень рентабельности и уровень окупаемости производства:

а) при стоимости валовой продукции 100000 тыс. руб. и затратах на ее производство 80000 тыс. руб.;

б) при стоимости валовой продукции 75000 тыс. руб. и затратах на ее производство 65000 тыс. руб.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.05 – 2014, П ВГАУ 1.1.13-2016

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	На практических занятиях
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории в течение практического занятия
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	В соответствии с ОПОП и рабочей программой
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	Четвертаков И.М.,
5.	Вид и форма заданий	Собеседование, опрос
6.	Время для выполнения заданий	В течение занятия
7.	Возможность использования дополнительных материалов.	Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	Четвертаков И.М.,
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журналы/доводится до сведения обучающихся в течении занятия
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в Воронежском ГАУ

4.3 Ключи (ответы) к контрольным заданиям, материалам, необходимым для оценки знаний

находятся у ведущего преподавателя.....