

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

**Факультет технологии и товароведения  
Кафедра «Управления и маркетинга в АПК»**

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой Управления и маркетинга  
в АПК, д.э.н., профессор



Е.В. Закшевская

«30» августа 2017 г.

**Фонд оценочных средств**

по дисциплине Б1.Б.24 Менеджмент и маркетинг  
для направления подготовки 38.03.07 «Технология производства и переработки  
сельскохозяйственной продукции» (профиль подготовки «Технология производства и  
переработки продукции животноводства»)

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

| Индекс | Формулировка  | Разделы дисциплины |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |
|--------|---|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|
|        |   | 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| ОК-6   | способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; | +                  |   |   |   | + | + |   |   |   |    |    |    |    | +  |
| ПК-17  | способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга    |                    | + |   | + |   |   |   | + | + | +  | +  | +  | +  | +  |
| ПК-18  | готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции                        |                    |   |   |   | + |   | + |   |   |    |    |    | +  | +  |
| ПК-19  | готовностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов организации                    |                    |   | + |   | + |   |   |   |   |    |    |    | +  | +  |

**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 (зачет с оценкой) | 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.)                          | Повышенный уровень (хорошо)                         | Высокий уровень (отлично)                           |
| ОК-6  | <b>знать</b> особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации<br><b>уметь</b> анализировать социально-психологические явления, возникающие в организации при работе с коллегами  | 1,5,6,14          | Сущность и виды коммуникаций, Процесс коммуникации, Характеристики коммуникационных сетей                     | Практические занятия, самостоятельная работа, лекции | Устный опрос, тестирование, реферат  | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 |
| ПК-17 | <b>знать</b> технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продуктов питания животного происхождения<br><b>уметь</b> организовать производственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ | 2,4,8,9-14        | Комплексное исследование рынка. Цель основные направления маркетинговых исследований. Процедура маркетинговых | Практические занятия, самостоятельная работа, лекции | Устный опрос, тестирование, реферат  | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 | Задания из разделов 3.1-3.2<br>Тесты из задания 3.3 |

|       |   |           |   |   |  |   |   |   |
|-------|---|-----------|---|---|--|---|---|---|
|       |   |           | исследовани<br>й  |   |  |   |   |   |
| ПК-18 | <p><b>знать</b> виды, формы и методы мотивации, включая материальное и нематериальное стимулирование, персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения на автоматизированных технологических линиях</p> <p><b>уметь</b> осуществлять мероприятия по мотивации и стимулированию персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения</p> | 5,7,13-14 | <p>Сущность и классификация методов управления. Понятие субъекта и объекта управления. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий</p> | <p>Практические занятия, самостоятельная работа, лекции</p> | <p>Устный опрос, тестирование, реферат</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> |
| ПК-19 | <p><b>знать</b> классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии</p> <p><b>уметь</b> планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации</p>   | 3,5,13,14 | <p>Организационные структуры управления маркетингом<br/>Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом</p>              | <p>Практические занятия, самостоятельная работа, лекции</p> | <p>Устный опрос, тестирование, реферат</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> | <p>Задания из разделов 3.1-3.2<br/>Тесты из задания 3.3</p> |

## 2.3 Промежуточная аттестация

| Код   | Планируемые результаты  | Технология формирования                             | Форма оценочного средства (контроля) | №Задания  |   |   |
|-------|---|---|--------------------------------------|---|---|---|
|       |   |   |                                      | Пороговый уровень (удовл.)  | Повышенный уровень (хорошо)   | Высокий уровень (отлично)   |
| ОК-6  | <p><b>знать</b> особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации</p> <p><b>уметь</b> анализировать социально-психологические явления, возникающие в организации при работе с коллегами</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> межличностной кооперации и создания атмосферы сотрудничества в профессиональной деятельности</p>  | Лекция, практическая работа, самостоятельная работа | Экзамен                              | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. |
| ПК-17 | <p><b>знать</b> технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продуктов питания животного происхождения</p> <p><b>уметь</b> организовать производственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> проведение маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства пищевой продукции на автоматизированных технологических линиях</p> | Лекция, практическая работа, самостоятельная работа | Экзамен                              | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. |
| ПК-18 | <p><b>знать</b> виды, формы и методы мотивации, включая материальное и нематериальное стимулирование, персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения на автоматизированных технологических линиях</p>  | Лекция, практическая работа, самостоятельная работа | Экзамен                              | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. |

|       |  |   |         |   |   |   |
|-------|--|---|---------|---|---|---|
|       | <p><b>уметь</b> осуществлять мероприятия по мотивации и стимулированию персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> проведения оценки исполнения обязанностей работника в системе управления персоналом</p>                 | работа  |         |   |   |   |
| ПК-19 | <p><b>знать</b> классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии</p> <p><b>уметь</b> планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> работы с аналитическими и статистическими данными о деятельности предприятия и её ресурсном потенциале</p> | Лекция, практическая работа, самостоятельная работа | Экзамен | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. | Вопросы к экзамену из раздела 3.1. Практические задания из раздела 3.3. |

## 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 практических задач

| Оценка                | Критерии  |
|-----------------------|---|
| «отлично»             | ставится, если обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания.              |
| «хорошо»              | ставится, если обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания. |
| «удовлетворительно»   | ставится, если обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.  |
| «неудовлетворительно» | ставится, если обучающийся дает неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий.   |

## 2.8 Допуск к сдаче экзамена

1. Посещение занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Выполнены практические задания
3. На тестировании достигнут пороговый уровень освоения компетенции.
4. Сдан на положительную оценку коллоквиум



### **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 управления
2. Сущность и содержание менеджмента как теории управления
3. Цели и задачи управления
4. Содержание и особенности основных отечественных и зарубежных теорий управления
5. Миссия организации
6. Процесс управления, его структура и особенности.
7. Функции управления, их характеристика и закономерности.
8. Принципы и закономерности в управлении.
9. Принципы построения и функционирования структур управления.
10. Понятие субъекта и объекта управления.
11. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий.
12. Структура управления. Типы и виды структур управления.
13. Сущность и классификация методов управления.
14. Экономические методы управления и их содержание.
15. Административные методы управления и их содержание.
16. Социально-психологические методы управления и их содержание.
17. Коммуникация в системе управления. Основы делового общения.
18. Деловые отношения в системе коммуникации.
19. Проблемы в межличностных контактах. Конфликты и стрессы.
20. Мотивация деятельности персонала.
21. Теории мотивации
22. Управление человеком, управление коллективом и группой.
23. Лидерство и властные отношения в системе менеджмента.
24. Руководитель и система управления персоналом.
25. Руководитель и эффективность организации.
26. Корпоративная культура и организационное поведение.
27. Процесс и методы принятия управленческих решений.
28. Документы, регламентирующие деятельность служб и подразделений предприятия.
29. Понятие и сущность маркетинга. Предпосылки распространения маркетинга в России.
30. Основные категории маркетинга и их сущность.
31. Концепции маркетинговой деятельности. Принципы и функции маркетинга.
32. Комплексное исследование рынка, его направления и особенности.
33. Процедура маркетинговых исследований, этапы и их содержание.
34. Методические основы маркетинговых исследований.
35. Сущность сегментации рынка. Виды сегментации.
36. Критерии сегментации рынка.
37. Выбор целевого сегмента и позиционирование товара.
38. Товар в системе маркетинга.
39. Классификация товаров в системе маркетинга.
40. Конкурентоспособность и качество товара. Показатели конкурентоспособности и качества товара.
41. Сущность товарной политики (товарный ассортимент и номенклатура).

42. Упаковка и маркировка товара. Использование товарных марок.
43. Организация сервиса на предприятии.
44. Жизненный цикл товара и способы его продления.
45. Инновационная политика предприятия.
46. Разработка и внедрение нового товара на рынок.
47. Ценообразование (сущность, функции и виды цен).
48. Подходы к расчету исходной цены на товар.
49. Методика ценообразования.
50. Ценовые стратегии предприятия.
51. Организация товародвижения.
52. Каналы распределения товаров.
53. Реклама и ее роль в коммуникационной политике предприятия.
54. Планирование рекламной компании.
55. Стимулирования сбыта. Средства стимулирования сбыта.
56. Паблик рилейшнз.
57. Организационные структуры управления маркетингом.
58. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.
59. Цели, задачи и принципы планирования маркетинга.
60. Контроль маркетинга.

### 3.2 Практические задания по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

#### Задача 1. Оценка внутренней среды предприятия

Проанализировать внутреннюю среду предприятия и определить возможные действия по нейтрализации негативного влияния факторов, приведенных в таблице:

| № | Фактор   | Оценка | Вес  | Направление влияния |
|---|--|--------|------|---------------------|
| 1 | Рентабельность                                     | 10     | 0,25 | -                   |
| 2 | Оборудование и технология                          | 9      | 0,25 | -                   |
| 3 | Доля рынка предприятия                             | 7      | 0,10 | -                   |
| 4 | Квалификация производственного персонала           | 7      | 0,10 | +                   |
| 5 | Рациональная организационная структура организации | 6      | 0,10 | +                   |
| 5 | Имидж  | 6      | 0,10 | -                   |
| 7 | Качество продукции                                 | 7      | 0,10 | -                   |

#### Задача 2. Диагностика организационной структуры предприятия

Выполнить диагностику организационной структуры предприятия по данным таблицы. Выбрать тип организационной структуры предприятия с помощью матрицы при таких условиях: минимальный размер прибыли – 2 млн. ден. ед., очень хорошо – 6 баллов, хорошо – 4 балла, удовлетворительно – 2 балла, достаточно – 0 баллов.

Исходные данные для диагностики организационной структуры предприятия:

| Тип организационной структуры | Валовая выручка, тыс. ден. ед. | Производственные расходы, тыс. ден. ед. | Возможность увеличения продуктовой программы | Эффективное использование ресурсов | Возможность карьерного роста | Пригодность структуры |
|-------------------------------|--------------------------------|---|--|------------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Коэффициент значимости        |                                |   | 1,4  | 1,2                                | 1,3                          | 1,1                   |
| Существующая                  | 5290                           | 3930                                    | уд.  | дост.                              | дост.                        | уд.                   |
| Функциональная                | 8360                           | 5620                                    | уд.  | хор.                               | хор.                         | дост.                 |
| Линейная                      | 8830                           | 6940                                    | дост.  | хор.                               | уд.                          | уд.                   |
| Региональная                  | 6250                           | 4810                                    | хор.   | уд.                                | уд.                          | дост.                 |
| Матричная                     | 6670                           | 4500                                    | дост.  | хор.                               | хор.                         | хор.                  |
| Дивизиональная                | 8800                           | 5720                                    | уд.  | уд.                                | хор.                         | дост.                 |
| Продуктовая                   | 6610                           | 4670                                    | дост.  | хор.                               | уд.                          | дост.                 |

### Задача 3. Сегментирование рынка и позиционирование товара

Исходя из конкретной ситуации определить жизнеспособность различных сегментов и разработать соответствующие рекомендации для производителя.

Исходные данные: фермер, вырастивший 21 тонну картофеля, желает выяснить, на какие сегменты рынка рассчитывать при продаже своей продукции, чтобы получить максимум прибыли за свой урожай.

Сегмент А: частные мелкооптовые и розничные магазины. При этом необходимо, чтобы картофель был сортированным, мытым и расфасованным в 5 кг пакеты.

Сегмент Б: государственные магазины, которые принимают немывтый и нерасфасованный продукт.

Сегмент В: продажа на месте населению и проезжающим автомобилистам, где продукт также будет продаваться в нерасфасованном и немывтом виде.

Сегмент Г: продажа оптовым посредникам, которые требуют, чтобы картофель был рассортирован, вымыт и расфасован в 25 кг мешки.

Таблица с исходными данными

| Цена на продукцию и возможности сбыта |                             |                         | Затраты на производство и подготовку к реализации |                                    |
|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|---|------------------------------------|
| Сегмент                               | Продажная цена за 1кг, руб. | Возможность продажи, кг | Статьи затрат                                     | Затраты на единицу продукции, руб. |
| А                                     | 10                          | 15000                   | Производство                                      | 3                                  |
| Б                                     | 7                           | 4000                    | Мытье   | 2                                  |
| В                                     | 10                          | 1000                    | Сортировка  | 1,5                                |
| Г                                     | 9,5                         | 20000                   | Упаковка в 5 кг пакеты                            | 2                                  |
|                                       |                             |                         | Упаковка в 25 кг пакеты                           | 1                                  |

#### Задача 4. Организация системы товародвижения в маркетинге

Фруктово-ягодное хозяйство пригорода Воронежа решило продать по прямым связям 120 тонн яблок в г. Мурманск.

Исходные данные:

- себестоимость 1 кг яблок - 2,5 руб.;
- цена реализации 1 кг в г. Воронеже - 6,0 руб.;
- цена реализации 1кг в г. Мурманске - 18,0 руб.;
- расстояние до Мурманска по железной дороге - 2000 км, по автотрассе - 1800 км;
  - стоимость доставки: ж.-д. тариф 1 км 1-ой рефрижераторной секции (4 вагона - по 60 т) - 52 руб., тариф 1км/пробега Камаза с рефрижератором (12 т) - 5 руб.; самолетом (Ил-76, 40 т)- 80 тыс. руб. в час.
  - затраты на охрану по ж.-д. дороге и авиапутем входят в состав тарифной стоимости, по автотрассе - 5% от стоимости груза (в мировой практике от 5 до 30% в зависимости от качества груза);
  - погрузочно-разгрузочные работы - 50 руб. за 1 т;
  - длительность маршрута: авто - 3 дня, ж.-д. - 180 км в сутки по нормативу (вагонные и контейнерные перевозки), самолетом - 3 часа.

Требуется определить, где выгоднее реализовывать яблоки, и каким способом их транспортировать. Рассчитайте прибыль и рентабельность сделки в каждом случае. Сделайте выводы.

### 3.3 Тестовые задания

1. Дисциплина менеджмент состоит из 4 разделов:

- А) Теория менеджмента, практика менеджмента, методы менеджмента, классика менеджмента
- Б) Теория менеджмента, организация менеджмента, методы менеджмента, техника менеджмента
- В) Теория менеджмента, практика менеджмента, методы менеджмента, техника менеджмента

2. Менеджмент –это

- А) вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в хозяйственной жизни организации оптимальных результатов на основе разумного использования материальных, трудовых, финансовых, информационных и организационных ресурсов, применения многообразных принципов и методов экономического стимулирования.

- Б) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
- В) совокупность методов, процессов и материалов, используемых в какой-либо отрасли деятельности, а также научное описание способовтехническогопроизводства, комплекс организационных мер, операций и приемов, направленных на изготовление, обслуживание, ремонт и/или эксплуатацию изделия с номинальным качеством и оптимальными затратами, и обусловленных текущим уровнем развития науки, техники и общества в целом.

3. Что является субъектом менеджмента?

- А) технические ресурсы
- Б) человек или группа людей
- В) финансовые ресурсы
- Г) технология

4. В теории менеджмента планирование, организация, контроль представляют собой

- А) принципы менеджмента
- Б) функции менеджмента
- В) категории менеджмента
- Г) школы менеджмента

5. Кто был основоположником административной школы?

- А) Гилбрет
- Б) Маслоу
- В) Тейлор
- Г) Файоль

6. Первоначальное разделение управленческой деятельности на функции управления осуществлено ...

- А)Элтоном Мэйо
- Б)Анри Файолем
- В)ЛиндалломУрвиком
- Г)Робертом Оуэном

7. Разработка теории мотивации является достижением ...

- А -) Школы поведенческих наук
- Б) Школы человеческих отношений
- В) Школы научного управления
- Г) Административной школы управления

8. Мировосприятие менеджеров, руководствующихся какой теорией, базируется на следующих четырех постулатах:

1. Работники генетически ненавидят работу и, если есть возможность, избегают ее.
2. Так как работники ненавидят работу, то для того, чтобы они трудились для достижения целей организации, их необходимо принуждать, контролировать и грозить им наказанием.
3. Работники избегают ответственности и нуждаются в постоянном контроле и руководстве.
4. Превыше всего работниками ценится гарантированность рабочего места, и они практически лишены честолюбивых помыслов.

- А) Теория Х
- Б) Теория У
- В) Теория Z

9. Процесс управления обладает рядом особенностей:

- А) осуществляется в определенной последовательности, носит непрерывный характер, носит спиралевидный характер
- Б) носит циклический характер, осуществляется в определенной последовательности, носит непрерывный характер
- В) носит циклический характер, носит прерывистый характер, осуществляется в определенной последовательности

10. Какие из перечисленных функций менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?

- А) Планирование
- Б) Регулирование
- В) Мотивация

11. Какие из перечисленных функций менеджмента позволяют выявить отклонения, возникающие в процессе функционирования организации?

- А) Планирование
- Б) Контроль
- В) Организация

12. Вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения - это

- А) Принцип менеджмента
- Б) Функция менеджмента
- В) Метод менеджмента

13. В системе управления организацией - объект управления - это

- А) Управляющая подсистема
- Б) Управляемая подсистема
- В) Связующая подсистема

14. Обоснованное определение основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и спроса рынка

- А) Планирование
- Б) Контроль
- В) Регулирование

15. Что является предметом труда работников управления?

- А) Сырье, материалы
- Б) Готовая продукция
- В) Информация

16. Какому понятию соответствует следующее определение - способ воздействия на объект управления - это?

- А) Менеджмент
- Б) Функция менеджмента
- В) Метод менеджмента

17. В каком виде может реализовано в процессе управления управляющее воздействие?

- А) Приказ, распоряжение, указание
- Б) Данные контроля

В) Отчет

18. Для чего предназначена организационная структура управления?

- А) Для установления целей организации
- Б) Для обеспечения единства действия всех элементов организации
- В) Для стимулирования действий работников организации

19. Что характеризует организационную структуру управления?

- А) Уровни управления
- Б) Тип руководства
- В) Виды ответственности

20. Что представляет собой уровень управления?

- А) Вид ответственности
- Б) Вид руководства
- В) Степень подчиненности и ответственности

21. Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?

- А) Демократические
- Б) Бюрократические
- В) Социально-психологические

22. Под организационной структурой управления понимается

- А) состав, соподчиненность и взаимосвязь звеньев, или отдельных работников, выполняющих различные функции управления производством.
- Б) совокупность производственных, вспомогательных и обслуживающих подразделений определенным образом расположенных на территории предприятия и связанных устойчивыми отношениями производственной кооперации и разделения труда.
- В) вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в хозяйственной жизни организации оптимальных результатов на основе разумного использования материальных, трудовых, финансовых, информационных и организационных ресурсов, применения многообразных принципов и методов экономического стимулирования.

23. Цеховая оргструктура характеризуется тем, что

- А) в ее основе лежит отраслевой принцип организации производства и управления, при котором производство продукции осуществляется в специализированных производственных подразделениях.
- Б) на определенной обособленной территории обеспечивается производство продукции растениеводства и животноводства.
- В) она наиболее простая, находит применение в небольших по размеру хозяйствах

24. Сущность функциональной системы соподчинения состоит в том, что:

- А) вся административная деятельность сосредотачивается у руководителя и осуществляется непосредственно им
- Б) функции управления выполняют несколько начальников, каждый из которых осуществляет руководство какой либо одной областью работы
- В) по административным вопросам, то есть по линии общего руководства, каждый работник подчиняется только одному руководителю

25. Совокупность средств принудительного воздействия, направленных на выполнение задач трудовыми коллективами и его работниками, поставленных руководителями в пределах своих полномочий, входит в понятие:

- А) экономических методов управления
- Б) социально-психологических методов управления
- В) административных методов управления

26. способы воздействия на управляемую систему посредством повышения уровня сознания работников, формирование коллектива и личности, морального стимулирования и демократических основ в управлении.

- А) Демократические
- Б) Бюрократические
- В) Социально-психологические

27. Приказ, распоряжение указание относят к:

- А) Демократическим методам управления
- Б) Административным методам управления
- В) Бюрократическим методам управления

28. Потребность- это?

- А) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
- Б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму
- В) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя
- Г) все ответы верны

29. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

- А) большое число потребителей
- Б) превышение предложения над спросом
- В) превышение спроса над предложением
- Г) правильного ответа нет

30. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

- А) нужда в конкретном виде продукции
- Б) потребность в товаре (услуге)
- В) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
- Г) все ответы верны

31. В маркетинге товар понимается как?

- А) продукт товара, произведенный для обмена
- Б) физический объект
- В) набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя
- Г) правильного ответа нет

32. Разновидности одного и того же товара являются?

- А) конкурентами- желаниями
- Б) товарно-родовыми конкурентами
- В) товарно-видовыми конкурентами
- Г) матками-конкурентами

33. Контактные аудитории- это?

- А) субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей
- Б) субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары
- В) субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары
- Г) правильного ответа нет

34. «Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере?

- А) производства
- Б) распределения
- В) удовлетворения потребностей
- Г) реализации



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

- А) совершенствования товара
- Б) интенсификации коммерческих усилий (реклама)
- В) совершенствования производства
- Г) все ответы верны

36. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции?

- А) совершенствования производства
- Б) современного маркетинга
- В) совершенствования товара
- Г) правильного ответа нет

37. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?

- А) поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
- Б) максимального снижения издержек производства
- В) наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом
- Г) все ответы верны

38) Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?

- А) использования интенсивных технологий производства
- Б) стимулирования сбыта
- В) удовлетворения потребностей потребителей
- Г) увеличения объема производства

39. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?

- А) совершенствования производства
- Б) совершенствование товара
- В) интенсификации коммерческих усилий
- Г) маркетинга

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

- А) совершенствования производства
- Б) совершенствование товара
- В) интенсификации коммерческих усилий
- Г) маркетинга

41. По характеру исследования цели могут быть?

- А) кабинетные или полевые
- Б) перспективные или текущие
- В) поисковые, описательные или экспериментальные
- Г) собственные и сторонние

42. По значению исследования цели могут быть?

- А) кабинетные или полевые
- Б) перспективные или текущие
- В) поисковые, описательные или экспериментальные
- Г) собственные и сторонние

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

- А) кабинетные исследования
- Б) полевые исследования
- В) не относится к исследованиям
- Г) правильного ответа нет

44. Что такое сегментирование рынка?

- А) деление конкурентов на однородные группы
- Б) деление потребителей на однородные группы
- В) деление товара на однородные группы
- Г) деление производителей на однородные группы

45. Рынок товаров потребительского назначения состоит из?

- А) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
  - Б) покупателей, приобретающих товары для личного пользования
  - Г) фирм- производителей товаров потребительского назначения
5. все ответы верны

46. Задачей товарной политики является?

- А) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
- Б) поиск потребителей, желающих приобрести товар
- В) производить как можно больше товаров
- Г) все ответы верны

47. Спрос можно считать эластичным, если?

- А) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
- Б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
- В) при изменении цены спрос не изменяется
- Г) спрос изменяется независимо от цены

48. Точка безубыточности- это?

- А) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль
  - Б) объем производства, при котором производитель работает без убытков
  - В) уровень затрат, необходимый для производства продукции
  - Г) все ответы верны
5. правильного ответа нет

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

**4.1 Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017, Положение о фонде оценочных средств 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 | Загвозкин М.В.   |
| 5.  | Вид и форма заданий                                      | Собеседование  |
| 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     | Загвозкин М.В.   |
| 9.  | Методы оценки результатов                                | Экспертный   |
| 10. | Предъявление результатов                                 | Оценка выставляется в журнал/доводится до сведения обучающихся в течение 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**

Ответы на тест расположены в отдельном документе на кафедре