

**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 35.03.07 «Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции» (профиль подготовки «Технология производства и
переработки продукции растениеводства»)

Рецензент: Блок 1 Дисциплины (модули). Базовая часть:
Главный агроном ООО «Агротех-Гарант Славянский» Д.В. Абанин

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	знать особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации уметь 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 Тесты из-задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из-задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из-задания 3.3
ПК-17	знать технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции для пищевой промышленности уметь 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 Тесты из-задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из-задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из-задания 3.3

			исследовани й					
ПК-18	знать виды, формы и методы мотивации, включая материальное и нематериальное стимулирование персонала производства продукции для пищевой промышленности уметь рассчитать численность и профессиональный состав структурного подразделения организации	5,7,13-14	Сущность и классификация методов управления. Понятие субъекта и объекта управления. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий	Практические занятия, самостоятельная работа, лекции	Устный опрос, тестирование, реферат	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3
ПК-19	знать классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии уметь планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации	3,5,13,14	Организационные структуры управления маркетингом Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом	Практические занятия, самостоятельная работа, лекции	Устный опрос, тестирование, реферат	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.2 Тесты из задания 3.3

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>знать особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации</p> <p>уметь анализировать социально-психологические явления, возникающие в организации при работе с коллегами</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности 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>знать технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции для пищевой промышленности</p> <p>уметь организовать производственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности проведение маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции для пищевой промышленности</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>знать виды, формы и методы мотивации, включая материальное и нематериальное стимулирование персонала производства продукции для пищевой промышленности</p> <p>уметь рассчитать численность и профессиональный состав структурного подразделения организации</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности проведения оценки исполнения обязанностей работника в системе</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.

	управления персоналом					
ПК-19	<p>знать классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии</p> <p>уметь планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности 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