

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ МОРСКОЙ РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ
КОЛЛЕДЖ» (филиал)
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
ВрИО Директора

С.П. Сергиенко
«31» августа 2022 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной
дисциплине

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Для специальности:
23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)

Санкт-Петербург

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по учебной дисциплине **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»** разработан для специальности **23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)**

Разработчик(и):

Теренина Татьяна Николаевна – преподаватель СПбМРК

Рецензенты:

Слапогузова О.В. - преподаватель СПбМРК, кандидат философских наук

Григорьева И.А. – доктор социологических наук, кандидат философских наук, профессор факультета социологии СПбГУ.

Рассмотрен на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических дисциплин и английского языка.

Протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Председатель ПЦК _____ (Жерибор Л.И.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	4
2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	7
3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ	32
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	32

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств, предназначен для оценки результатов освоения программы учебной дисциплины «**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**».

Форма аттестации -

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ (в соответствии с учебным планом по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам))

Форма проведения аттестации -

Устный опрос.

Компетенции выпускника как совокупный ожидаемый результат образования по завершению освоения данной дисциплины.

Общие компетенции:

ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7. Брать ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК 3.1. Организовывать работу персонала по обработке перевозочных документов и осуществлению расчетов за услуги, предоставляемые транспортными организациями.

ПК 3.2. Обеспечивать осуществление процесса управления перевозками на основе логистической концепции и организовывать рациональную переработку грузов.

ПК 3.3. Применять в профессиональной деятельности основные положения, регулирующие взаимоотношения пользователей транспорта и перевозчика.

ПК 5.1. Планировать работу структурного подразделения.

ПК 5.2. Руководить работой структурного подразделения.

ПК 5.3. Анализировать процесс и результаты деятельности структурного подразделения.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения устного опроса, самостоятельных и домашних работ, тестирования по изучаемым темам, выполнения обучающимися заданий аттестационного текущего контроля успеваемости.

Общие компетенции (ОК) и профессиональные компетенции (ПК)	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	Умения:	
ОК.1 – ОК.9 ПК 3.1 – 3.3 ПК 5.1 – 5.3	рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	Знания:	
ОК.1 – ОК.9 ПК 3.1 – 3.3 ПК 5.1 – 5.3	основные положения экономической теории;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	принципы рыночной экономики;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	современное состояние и перспективы развития отрасли;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	формы оплаты труда;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	стили управления, виды коммуникации;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	принципы делового общения в коллективе; управленческий цикл;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.

	особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	Устный опрос, тестирование. Дифференцированный зачет.
	сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.
	применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Устный опрос. Дифференцированный зачет.

2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Материалы текущего контроля по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» в форме опроса:

Форма текущего контроля «Опрос» предполагает устный опрос по основным вопросам тем. Устный контроль осуществляется в индивидуальной и фронтальной формах. Обучающимся предлагается ответить на 3 вопроса.

Цель устного индивидуального контроля – выявление знаний, умений и навыков отдельных обучающихся. Дополнительные вопросы при индивидуальном контроле задаются при неполном ответе, если необходимо уточнить детали, проверить глубину знаний или же если у преподавателя возникают проблемы при выставлении отметки.

Устный фронтальный контроль (опрос) – требует серии логически связанных между собой вопросов по небольшому объему материала. При фронтальном опросе от обучающихся преподаватель ждет кратких, лаконичных ответов с места. Обычно он применяется с целью повторения и закрепления учебного материала за короткий промежуток времени.

Критерии оценивания устного опроса:

-оценка «**отлично**» ставится в том случае, если ответ логически структурирован, содержит полное раскрытие содержания вопроса;

-оценка «**хорошо**» ставится в том случае, если ответ содержит недостаточно полное раскрытие теоретических вопросов;

-оценка «**удовлетворительно**» ставится в том случае, если ответ содержит поверхностное изложение сути поставленного вопроса;

-оценка «**неудовлетворительно**» ставится в том случае, если обучающийся не может дать ответ на поставленные вопросы.

2.2. Материалы текущего контроля по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» в форме тестирования:

Тест по разделу: «Основы экономики»

1.«Утечка мозгов» из страны...

1) **уменьшает национальное богатство;**

2) уменьшает безработицу;

3) увеличивает безработицу;

4) увеличивает национальное богатство

2.Приток иммигрантов в страну:

1) способствует экономическому подъему;

2) увеличивает национальное богатство страны;

3) **увеличивает число безработных;**

4) уменьшает число безработных.

3.Один из эффектов непредвиденной (более высокой) инфляции состоит в том, что богатство перераспределяется:

1) от заемщиков к кредиторам

2) от государства к фирмам

3) от людей, не имеющих накопления в денежной форме, к людям, имеющим такие накопления

4) **от людей с фиксированными доходами к людям с нефиксированными доходами**

4. Совокупность накопленных физического и человеческого капитала, а также природного капитала страны в стоимостной оценке — это...
- 1) **национальное богатство**
 - 2) общественный капитал
 - 3) человеческий капитал
 - 4) богатство страны
5. Какой капитал формируется за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, в том числе в воспитание, образование, здоровье, знания, предпринимательскую способность, информационное обеспечение, а также в науку, культуру и искусство?
- 1) национальный
 - 2) **человеческий**
 - 3) социальный
 - 4) демографический
6. Какой экономист предложил затратный метод расчета стоимости человеческого капитала — на основе статистических данных рассчитывать накопление инвестиций в человека?
- 1) А. Смит
 - 2) Дж. Минсера
 - 3) **Дж. Кендрик**
 - 4) данный метод был предложен Всемирным банком
7. Какой сектор экономики осуществляет основную долю инвестиций в человеческий капитал в передовых странах мира?
- 1) фирмы
 - 2) **государство**
 - 3) домохозяйства
 - 4) общественные и религиозные организации
8. Слабый обмен людскими ресурсами (людьми) и частично интеллектуальным капиталом с внешней средой по идеологическим внутренним причинам, негативным отношением к субъекту мирового сообщества или иным причинам — это?
- 1) антикоммуникабельность
 - 2) **интеллектуальная замкнутость**
 - 3) квазизамкнутость
 - 4) мобизамкнутость
9. К человеческому капиталу, какой страны можно отнести следующее утверждение: «жизнь за счет распродаж природных ресурсов, деградация науки, культуры, недоступность качественного медицинского обслуживания населения, антирыночный менталитет населения»?
- 1) Япония
 - 2) Бразилия
 - 3) **Россия**
 - 4) Австралия
10. В каких пределах весь 1993 г. в России бушевала инфляция?
- 1) 18% в год
 - 2) **19-20% в месяц**
 - 3) 19-20% в год
 - 4) 30% в месяц
11. Нарушение платежных обязательств заемщика перед кредитором, неспособность производить своевременные выплаты по долговым обязательствам или выполнять иные условия договора займа?

- 1) застой
- 2) **дефолт**
- 3) падение производительности
- 4) стагнация

12. Натурального набора продуктов питания, учитывающего диетологические ограничения и обеспечивающего минимально необходимое количество калорий, а также расходов на непродовольственные товары и услуги, налоги и обязательные платежи, исходя из доли затрат на эти цели в бюджетах низкодоходных домашних хозяйств...

- 1) **величина прожиточного минимума**
- 2) потребительская корзина
- 3) доходы населения
- 4) собственность населения

13. Совокупный спрос в макроэкономике -это:

- а) государственные расходы и инвестиционный спрос предприятий;
- б) спрос домохозяйств и чистый экспорт;
- в) **спрос все макроэкономических субъектов экономики;**
- г) спрос домохозяйств и инвестиционный спрос предприятий.

14. Сбережения -это:

- а) все накопленное имущество домохозяйств и сбережения населения;
- б) реальные кассовые остатки всех рыночных субъектов;
- в) часть дохода, вложенная в ценные бумаги;
- г) **часть дохода домохозяйств, неизрасходованная в данном периоде времени.**

15. Потребление -это:

- а) **часть дохода домохозяйств, затраченная на покупку товаров и услуг в текущем периоде;**
- б) часть дохода, предназначенная на покупку товаров и услуг в будущем периоде;
- в) остаток дохода, накапливаемый на банковских счетах;

16. Как называется современная экономика?

- 1.рыночная экономика
- 2.**экономика ограниченных ресурсов**
- 3.политическая экономика
- 4.теория трудовой стоимости
- 5.маржинализм

17. Объект экономики:

- 1.**экономическая сфера общества**
- 2.ограниченные ресурсы
- 3.рост потребностей
- 4.НТР
- 5.глобальные проблемы человечеств

18. Определение дефляции:

- 1.**процесс снижения общего уровня цен в экономике**
- 2.неспособность фирмы или человека в срок оплатить свои долги
- 3.цена единиц одной валюты в единицах другой валюты
- 4.план государственных расходов и доходов на год
- 5.нет правильного ответа

19. Экономическая свобода-это свобода решения...

- 1.вопроса что производить?
- 2.как производить?
- 3.для кого производить?
- 4.**верно 1 2 и 3**

5.нет правильного ответа

20. Политика стабильных цен осуществляется при коэффициенте эластичности:

1.больше 1

2.меньше 1

3.**равном 1**

4.равном 0

5.больше 0

21. В зоне, когда товар и услуга не эластичны, необходимо (политика низких цен):

1.повышать цену

2.**снижать цену**

3.повышать количество товара и услуг

4.понижать количество товара и услуг

5.верно 1 и 3

22. Товар, объём спроса на который увеличивается с ростом дохода при каждом значении цены:

1.товар низкого качества

2.товар роскоши

3.взаимозаменяемый товар

4.**нормальный товар**

5.взаимодополняемый товар

23. К товарам роскоши относятся:

1.машина

2.круиз по морю на лайнере

3.драгоценности

4.верно 1 и 2

5.**верно 2 и 3**

24. Какая кривая отражает геометрическое место наборов товаров, равной полезности для потребителя?

1.кривая предложения

2.Кривая эластичности

3.кривая производственных возможностей

4.кривая спроса

5.**кривая безразличия**

25. Потребителю безразлично, какой набор он будет потреблять, т.к. полезность одна и также -это..

1.кривая спроса

2.кривая производственных возможностей

3.кривая предложения

4.**кривая безразличия**

5.кривая эластичности

Правильный вариант ответа выделен **жирным** шрифтом.

Тест по разделу «Основы менеджмента»

1.Представители какой научной школы впервые описали принцип управления — единоначалие?

a. школы человеческих отношений.

b. школы научного управления;

c. классической или административной школы;

d. школы науки управления или количественный подход;

- е. школы поведенческих наук;
2. Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?
- а. все уровни.
 - б. низовой;
 - с. высший;**
 - д. средний;
3. Какое государство является родиной менеджмента?
- а. Германия.
 - б. Франция;
 - с. США;**
 - д. Россия;
 - е. Англия;
4. Менеджмент-это:
- а. наука, практика и искусство;**
 - б. наука и искусство;
 - с. практика и управление.
5. Какие подсистемы можно выделить в системе управления организацией?
- а. структурно-информационную, информационно-поведенческую и саморазвития.**
 - б. формальную и неформальную;
 - с. нормативную и маркетинговую;
 - д. административную и производственную;
6. Кто из ученых внес наибольший вклад в развитие классической, или административной школы управления?
- а. Э. Мейо.
 - б. Ф. Тейлор;
 - с. М. Фоллетт;
 - д. А. Файоль;**
 - е. Д. Гетти;
17. Когда менеджмент выделился в самостоятельную область знаний?
- а. в средние века.
 - б. в середине XX в. ;
 - с. в XVIII в. ;
 - д. в XIX в. ;
 - е. на рубеже XIX и XX вв. ;**
18. Какими методами управления характеризуется период
- а. анархическими;
 - б. административно-командными;**
 - с. бюрократическими;
 - д. «военного коммунизма»?
19. На чем основываются административные методы управления?
- а. на штрафных санкциях.
 - б. на законодательных и нормативных актах;**
 - с. на экономических интересах объектов управления;
 - д. на воздействии на социально-бытовые условия работающих;
20. Каковы общие методы управления?
- а. воспроизводственные и маркетинговые;

- b. законодательные и нормативные.
 - c. административные, экономические и социально-психологические;**
 - d. сетевые и балансовые;
21. Какие методы управления получили у нас в последние годы наибольшее развитие?
- a. балансовые;
 - b. социально-психологические;
 - c. экономические;**
 - d. сетевые.
 - e. административные;
22. Что такое методы управления?
- a. основные правила управления;
 - b. управленческие законы;
 - c. закономерности управления;
 - d. способы воздействия субъекта на объект;**
 - e. методы работы менеджеров.
23. Какое утверждение правомерно для лидера?
- a. он организует работу;
 - b. он просто существует;
 - c. он ведет за собой;**
 - d. он управляет.
 - e. он командует;
24. Авторитарное руководство характеризуется:
- a. невмешательством руководства в процесс принятия решений;
 - b. разделением власти и участием работников в управлении;
 - c. высокой степенью единоличной власти руководителя.**
25. Члены неформальной организации:
- a. удовлетворяют свои потребности в общении, взаимопомощи, принадлежности;**
 - b. пользуются поддержкой руководства.
 - c. являются ее заложниками;
26. Слабая степень эмоциональной близости, ориентация на деловые качества характеризует:
- a. формальную организацию;**
 - b. неформальную организацию.
 - c. любую организацию;
27. Что такое процесс управления?
- a. последовательная деятельность менеджера;
 - b. совокупность непрерывных, взаимосвязанных функций;**
 - c. совокупность принципов и методов управления.
28. Для того, чтобы использовать власть, основанную на вознаграждении следует:
- a. располагать определенными ресурсами.
 - b. иметь систему жесткого контроля;
 - c. иметь отлаженную систему мотивации;**
29. Стиль руководства –это:
- a. система разработанных норм взаимоотношений между руководителем и подчинённым;
 - b. порядок введения изменений в работу организации.

с. наиболее привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить к достижению целей организации;

30. Что такое функция управления?

а. управленческая деятельность;

б. должностная обязанность менеджера.

с. обособленный вид управленческой деятельности;

Правильный вариант ответа выделен **жирным** шрифтом.

Тест по разделу «Основы маркетинга»

1. Услуга относящаяся к элементу комплекса маркетинга -...

1. продукт

2. цена

3. продвижение

4. распределение

2. К одной классификационной группе относятся:

1. региональный маркетинг

2. международный маркетинг

3. маркетинг услуг

4. микро-маркетинг

5. стратегический маркетинг

3. Современный подход к осуществлению маркетинговой деятельности основан на:

1. удовлетворении потребностей потребителей через достижение целей компании

2. максимальном удовлетворении потребностей потребителей

3. получении большей прибыли, чем конкуренты

4. достижении целей компании через удовлетворение потребностей потребителей

5. комплексном подходе к использованию инструментов маркетинга

4. Цель процесса управления маркетингом - определить перспективные направления маркетинговой деятельности, которые обеспечат ...

1. максимально широкий ассортимент

2. монопольное положение на рынке

3. максимальную загрузку производственных мощностей

4. минимальные затраты ресурсов

5. конкурентные преимущества компании

5. Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого ...

1. посредника

2. сегмента рынка

3. рынка в целом

4. непосредственного конкурента

5. товара

6. При осуществлении товарной концепции под понятием "маркетинговая близорукость" понимают

1. отказ от стратегического планирования

2. использование только оптовых посредников

3. агрессивные усилия по сбыту товара

4. совершенствование товара без учёта нужд потребителей

5. отказ от выпуска нового товара

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

1. современного маркетинга

2. совершенствования производства

3. совершенствования товара

4. интенсификации коммерческих усилий

5. социально-этичного маркетинга

8. В отношении маркетинга услуг существует дополнительный пятый элемент комплекса маркетинга (пятое "P") -это ...

1. личные продажи

2. персонал

3. презентация

4. позиционирование

9. "Не денежная" цена в бесприбыльном маркетинге - это ...

1. независимость существования организации от результатов на рынке

2. субсидии на душу человека, выраженные в рублях

3. дар

4. время и усилия, потраченные потребителями

5. цена, выраженная в товарах, а не деньгах

10. В бесприбыльном секторе концепция покрытия расходов означает

1. зависимость от денег третьих сторон

2. ценовую политику, направленную на покрытие расходов

3. измерение эффективности услуг на основе затрат

4. затраты на сбор средств

5. вклад правительства для покрытия затрат

11. Основными принципами маркетинга являются

1. сегментирование рынка

2. статичность

3. управление по контракту

4. ориентация на потребителя

5. гибкость и адаптивность

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

...

1. маркетингом

2. организацией

3. поведением потребителей

4. предложением

5. общественным мнением

13. Основой концепции социально-этичного маркетинга являются идеи ...

1. оптимизации производства

2. гармонии с природой

3. получения прибыли

4. удовлетворения потребностей

5. благосостояния человечества

14. Элементами стратегического планирования предприятия являются:

1. возможности рынка

2. стратегические бизнес-подразделения компании

3. поведение потребителей

4. акционеры

5. оперативные планы

6. корпоративные цели

15. Относительно стратегического маркетингового планирования

верным является утверждение:

1. на базе корпоративных целей проводится внутренний и внешний анализ; на основании результатов этого анализа разрабатываются возможные стратегические альтернативы

2. в процессе стратегического планирования анализ по методу Ансоффа служит базой для изучения внешнего окружения, после чего разрабатываются возможные стратегические альтернативы

3. после разработки возможных стратегических альтернатив проводится анализ сильных и слабых сторон компании, конкурентной среды и других факторов окружения

4. в процессе стратегического планирования внутренний анализ используется для того, чтобы выявить возможности и угрозы и разработать с учётом этой информации стратегические альтернативы

16. Рекламное сообщение, в котором подчеркивается необходимость покупать не менее четырёх зубных щёток в год является частью стратегии

1. проникновения на рынок

2. развития продукта

3. развития рынка

4. диверсификации

17. Автомобильный дилер рассматривает возможность расширения своей деятельности. Он должен сделать выбор между включением автомобильных аксессуаров в спектр своих товаров, а также оценить возможность продажи цветов, безалкогольных напитков и сигарет. Согласно классификации Ансоффа дилер должен сделать выбор между

1. развитием продукта и диверсификацией

2. проникновением на рынок и развитием продукта

3. интеграцией и развитием рынка

4. проникновением на рынок и развитием рынка

5. диверсификацией и проникновением на рынок

18. Продолжительное существование компании возможно только если компании удастся ликвидировать стратегический разрыв по прибыли, которым является различие между

1. среднесрочным и долгосрочным планированием

2. желаемой целью и результатами существующей политики

3. результатом существующей и планируемой политики

4. существующими и будущими продуктово-рыночными комбинациями

19. При сравнении стратегического корпоративного планирования и маркетингового планирования можно сказать, что

1. оба плана всегда ведут к устойчивости или увеличению рыночной доли

2. позиционирование является частью процесса маркетингового планирования

3. процесс корпоративного планирования и процесс маркетингового планирования имеют идентичную структуру

4. стратегический корпоративный план дает более специфический и детализированный анализ макро-и микросреды

5. оба процесса планирования и оба плана могут включать СБП (стратегические бизнес-подразделения)

20. Для оценки потенциала конкретного рынка необходимо знать такие демографические показатели, как:

1. структура доходов потребителей

2. численность населения региона

3. тенденции роста населения

4. этап жизненного цикла семьи

5. уровень образования населения

21. Общими критериями сегментирования для потребительских и промышленных рынков являются:

1. юридический

2. демографический

3. поведенческий

4. технологический

5. ситуационный

22. Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности -это ... товара (услуги)

1. ценность

2. единство

3. качество

4. количество

23. Критерии, в соответствии с которыми компании формируют отличительные особенности при позиционировании:

1. защищённость от копирования

2. значительность

3. наглядность

4. неоднозначность

5. благотворительность

6. недоступность

24. Пять уровней взаимоотношений компании с потребителем:

1. ответственный

2. реагирующий

3. партнерский

4. базисный

5. продуктивный

6. настойчивый

7. активный

25. Компания, которая при разработке собственных маркетинговых стратегий наблюдает как за покупателями, так и за конкурентами это компания, ориентированная на ...

1. товар

2. потребителей

3. конкурентов

4. рынок

5. технологию

Правильный ответ выделен **жирным шрифтом**.

Критерии оценки теста:

«Отлично»	100-90%
«Хорошо»	89-70%
«Удовлетворительно»	69-50%
«Неудовлетворительно»	Менее 50%

2.3. Материалы текущего контроля по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» в формате составления рефератов.

Темы рефератов:

1. Менеджмент как самостоятельная область знаний, сочетающая в себе науку, практику и искусство управления
2. Современные тенденции развития менеджмента
3. Подходы в менеджменте с ориентацией на человека
4. Корпорация как основная организационно-правовая форма частного предпринимательства
5. Стратегическое управление в американских корпорациях и его значение в конкурентной борьбе
6. Матричная и проектная организационные структуры, их преимущества и недостатки
7. Формирование корпоративных структур как тенденция развития современной экономики
8. Экономические методы управления: характеристики и особенности
9. Организационно-распорядительные методы управления: характеристика, разновидности
10. Социально-психологические методы управления и их значение для развития социальной активности персонала и развития коллектива в целом
11. Маркетинговый анализ рынка, сегментация рынка
12. Методы сбора маркетинговой информации
13. Методы и процедура маркетинговых исследований рынка
14. Методы распространения товара
15. Каналы распределения товара
16. Оптимизация каналов распределения продукции

Критерии оценки результата:

«5» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

«4» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не

выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

«3» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

«2» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

2.3. Материалы текущего контроля по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» в формате письменного задания.

Раздел «Основы экономики»

Задание №1: решение ситуационных задач

1. Вы получили садовый участок и отправляетесь туда весной сажать деревья и культивировать огород. Точно так же поступают и другие садоводы-любители. В чьих интересах Вы действуете? В чьих интересах действует правительство Москвы, принимая решение о выделении участков под разведение картофеля в подмосковной зоне?

2. Знаменитый американский философ Альфред Норт Уайтхед в своей книге «Приключение идей» так характеризует «экономического человека»: «Его прелесть в том, что он всегда и во всем предсказуем. Не только он сам, но и его соседи всегда знают, чего он хочет... Его отец и дед имели те же самые желания и точно так же удовлетворяли их. Где бы ни возникала какая нехватка, экономический человек в первую очередь узнает, чего именно недостает и как удовлетворить потребителя... Все это восхитительно просто и, Предмет экономической теории если надлежащим образом поразмыслить, даже очевидно... Но как только мы имеем дело с социальной системой, подверженной значительному изменению, эта простейшая картина человеческих отношений должна будет рассматриваться уже совсем по-другому». Почему мы все-таки используем абстрактную модель «экономического человека»?

3. Проанализируйте утверждения: «в 1991-1996 гг. в экономике России наблюдался спад производства и высокие темпы инфляции»; «необходимо разработать комплекс мер по замедлению или прекращению спада производства и снижению темпов инфляции»; «структурная перестройка экономики России, помимо других целей, направлена на повышение уровня потребления людей»; «осуществление структурной перестройки экономики неизбежно ведет к разрушению эгалитаризма, господствующего в мышлении многих людей, резкому росту безработицы, что потенциально влечет за собой социальную дестабилизацию, и поэтому структурная перестройка должна осуществляться постепенно».

Определите позитивные и нормативные утверждения.

4. При переходе к рыночным отношениям в России были нарушены оптимальные пределы дифференциации доходов. В сложившихся условиях необходимо повысить роль налоговой системы в устранении столь резкой дифференциации в уровнях дохода различных социальных групп.

Определите элементы нормативного и позитивного анализа в приведенных выше положениях.

Задание №2: решение практических задач.

1. В результате применения нового оборудования количество работников, занятых изготовлением данного товара, сократилось в 1,5 раза, а производительность их труда возросла в 3 раза.

Определите, как изменился физический объем продукции.

2. Предприниматель, открывая фирму по пошиву верхней одежды, предполагает выпускать 20 единиц продукции в день. Такой объем выпуска возможен при двух комбинациях затрат материалов(А) и труда (Б):

I. $10A + 5B$

II. $8A + 7B$

Какую комбинацию лучше выбрать предпринимателю, если цена единицы материала - 4 денежные единицы, а цена единицы труда - 5? Какую комбинацию выберет предприниматель, если фирма не изменит свой профиль, а цена единицы материала упадет вдвое?

3. Общественная потребность в товаре обеспечивается тремя группами производителей. Первая группа изготавливает 10 тысяч изделий, затрачивая на каждое 2 часа труда, вторая - соответственно 60 тысяч и 3 часа, третья - 30 тысяч и 4 часа. Рассчитайте величину стоимости товара А.

4. Количество товаров в стране увеличилось в 3 раза, цены на товары увеличились в 2 раза. Как изменилась масса денег в обращении, если скорость обращения денег увеличилась в 2 раза?

5. Сумма цен товаров, находящихся в обращении 240 млн. ден. единиц, взаимные расчеты - 50 млн., срочные платежи - 20 млн. ден. единица совершает в среднем 20 оборотов в год. В обращении находится 11 млн. ден. единиц. Как отреагирует на это товарно-денежное обращение?

6. Функция спроса $D = 30 - 5p$, а функция предложения $S = -5 + 2p$.

Определите: а) цену равновесия и объем продаж;

б) как изменится спрос и предложение, если установится цена, равная 4 единицам;

в) что произойдет с объемом продаж, если цена установится на уровне 6 единиц.

7. В результате повышения цены товара с 5 денежных единиц до 7 денежных единиц объем спроса сократился с 9 млн. денежных единиц до 7 млн. Определите эластичность спроса по цене.

8. Составить проект плана прибыли на основании следующих данных:

- план товарооборота - 4200 т. р.;

- план валового дохода - 2950 т. р.;

- план издержек обращения - 1820 т. р.

Внереализационные доходы по плану 112,5 т. р., внереализационные расходы - 10 т. р.

9. Повар 5 разряда (тарифная ставка 42,0 р./ч.) в ресторане «Максим» отработал 180 час. в октябре месяце. Выпуск продукции собственного производства в его смену составил - 240,0 т.р. В ресторане установлена норма производительности труда в час - 800 р.. При увеличении производительности труда на 1%, основная заработная плата увеличивается на 0,7%. Установлен размер премии за выполнение плана в месяц - 80% от основной заработной платы. Начислить заработную плату

повару.

10. В ресторане «Заря» производительность труда на одного официанта в час (тариф 3-го разряда – 38,0 р./ч.) составляет – 500 р./ч. За реализацию сверх нормы установлена доплата: по продукции собственного производства (ПСП) – 50 р. за 1000 р. товарооборота; по покупным товарам (ПТ) – 25 р. за 1000 р. товарооборота. Официант отработал 180 часов в месяц. Его товарооборот составил 120 000 р., в т.ч. по ПСП – 54%. Установлена премия 35% за выполнение плана и 0,5% за каждый процент превышения плана в сопоставимых ценах к прошлому году. Темп роста товарооборота в сопоставимых ценах к прошлому году – 105,2%. Начислить заработную плату официанту.

11. В ресторане «Восток» приняли решение об увеличении выпуска продукции собственного производства на 28%, а фонд заработной платы увеличить на 20%. Основная заработная плата по тарифам в общем ФЗП составляет – 55%. Установить коэффициент увеличения производительности труда на 1% увеличения заработной платы (выработки).

12. Рабочий-повременщик с окладом 16500 руб. в соответствии с табелем учета использования рабочего времени из 20 рабочих дней отработал 17 дней. Положением о премировании предусмотрена премия в размере 25% от оклада. Рассчитать сумму начисленной рабочему заработной платы за месяц.

13. Работнику-сдельщику установлена часовая тарифная ставка 190 руб. Норма времени на изготовление единицы продукции – 1 час. Работник в соответствии с документом о выработке изготовил за месяц 150 изделий. Рассчитайте сумму заработной платы работника за месяц.

14. Работнику-сдельщику установлена часовая тарифная ставка 160 руб. Норма выработки – 3 изделия в час (480 изделий в месяц). Работник изготовил за месяц 500 изделий. Рассчитайте сумму заработной платы работника за месяц при условии, что заработная плата начисляется по сдельнопремиальной системе оплаты труда. В соответствии с Положением о премировании за перевыполнение нормы выработки работнику выплачивается премия в размере 10% от суммы заработка.

15. Сотруднице предоставлен отпуск с 12 ноября 2011 года на 28 календарных дней. Ее оклад 17500 руб., ежемесячно она получает премию в размере 20% от оклада. В апреле 2011 года ей начислена премия по итогам работы за I квартал в сумме 1500 рублей. Премии в организации установлены Положением о премировании. Кроме того, в июле 2011 года сотрудница получила премию в сумме 2000 рублей к 10-летию юбилею создания организации. Расчетный период отработан полностью. Рассчитайте сумму отпускных.

16. Смирнов В. Н. представил в бухгалтерию листок нетрудоспособности на период с 8 по 17 апреля (включительно) 2012 года. Его оклад 18000 рублей. Непрерывный страховой стаж 6 лет 8 месяцев. В январе 2011 года Смирнову начислена премия по итогам работы за 2010 год в сумме 5000 рублей. С 1 по 28 февраля 2011 года сотрудник находился в ежегодном оплачиваемом отпуске, за который ему начислены отпускные в сумме 17500 руб. В октябре 2010 года ему начислена премия по итогам работы за III квартал 2010 года в сумме 2500 рублей. Кроме того, в декабре 2011 года Смирнов получил премию к Новому году в сумме 2000 рублей.

Задание №3: разбор ситуации.

1. Иванова была принята на работу поваром с испытательным сроком в два месяца. За три дня до окончания этого срока директор предложил Ивановой продлить испытательный срок до трех месяцев, поскольку, по мнению директора, такая возможность допускается трудовым законодательством, а за истекшие два месяца руководитель еще не успел составить представление о ее деловых качествах. Насколько обосновано подобное предложение? Мотивируйте свой ответ, указав на соответствующие нормы Трудового кодекса.

2. Определить, имеется ли в действиях названных лиц состав административных правонарушений. Квалифицировать действия правонарушителей. Проанализировать все признаки составов правонарушений. Несовершеннолетний Андреев С., которому в текущем году исполнилось 15 лет, находясь на остановке общественного транспорта в 24 часа, когда поблизости никого не было, фломастером на афише написал нецензурное слово. После задержания и доставления Андреева С. в ОВД пояснил сотрудникам милиции, что он не может быть привлечен к административной ответственности, так как ему не исполнилось 18 лет и что в это время на остановке никого не было и ранее за такие надписи его сотрудники милиции отпускал.

3. Работник кухни Потапова представила для оплаты листок нетрудоспособности через восемь месяцев после окончания отпуска по беременности и родам. Вместе с ним она представила справку о постановке на учёт в женской консультации при сроке беременности 13 недель. На какие пособия имеет право Потапова, какие документы она должна представить для назначения пособия?

4. Кондитер Семенова, находясь на работе в состоянии алкогольного опьянения, получила травму – потеряла кисть руки. Медико-социальная экспертная комиссия определила Семеновой вторую группу инвалидности вследствие несчастного случая на производстве (увечья). Семенова была застрахована от несчастного случая на производстве на 30 тыс. руб. Заработок Семеновой составлял 8 тыс. руб. Является ли это страховым случаем? На какие выплаты может рассчитывать гражданка Семенова?

Раздел «Основы менеджмента»

Задание №1: решение практических задач.

1. Прочитайте и проанализируйте высказывание Д. Рокфеллера. Что, по-вашему, означает «уметь общаться»? «Умение общаться с людьми – это такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в мире».

2. Проанализируйте байку «Искусство красноречия». Какую роль играет в общении умение слушать? К Сократу в Афины издалека приехал молодой человек, горящий желанием овладеть искусством красноречия. Поговорив с ним несколько минут, Сократ потребовал с него за обучение двойную плату. - Почему? – изумился ученик. - Потому, - ответил философ, - что мне придется обучать тебя не только говорить, но и тому, как молчать и слушать.

3. Прочитайте байку «Страшный сон». О какой функции общения здесь идет речь? Как связаны между собой содержание информации и форма ее подачи собеседнику? Один восточный правитель увидел сон, что у него один за другим выпали зубы. В сильном волнении он призвал к себе толкователя снов.

Тот выслушал его озабоченно и сказал: «Повелитель, я вынужден сообщить тебе печальную весть – ты потеряешь одного за другим всех своих близких!». Эти слова вызвали гнев властелина. Он велел прогнать несчастного и пригласил другого толкователя. Тот, выслушав сон, сказал: «Я счастлив сообщить тебе радостную новость – ты переживешь всех своих близких!». Придворные очень удивились: «Ведь ты сказал то же самое!». На что последовал ответ: «Очень многое зависит не от того, что сказать, а от того, как сказать!».

4. Укажите, какие невербальные признаки указывают на уверенное поведение, а какие говорят о беспокойстве и неуверенности. Сидение на краю стула, руки на бедрах, ерзанье на месте, закладывание рук за голову, взгляд сосредоточен на лице собеседника, сидение на всей поверхности стула, скрещение ног, прижатые друг к другу лодыжки, поправление манжет, ноги широко расставлены, стряхивание «мнимых» ворсинок с одежды, покусывание ногтей, демонстрация больших пальцев (закладывание их за ремень, за лацканы), сцепление пальцев рук, вторжение в интимную зону собеседника, скрещение рук на груди (ладони под мышкой), стремление вести беседу на границе персональной зоны.

5. Вспомните психогеометрическую типологию личности. Определите тип по описанию. А) Неуклюжая поза, нервные, порывистые движения; незаконченные жесты, легко краснеет, неуверенное рукопожатие. Б) Модный, шикарный; ухоженный, элегантный; одет всегда соответственно ситуации. В) Речь непоследовательная, часто сбивчивая; восторженные оценки, повышенная комплиментарность, образные сравнения

Задание №2: решение задач логического характера.

Задача 1. Перечень качеств, которыми должен обладать современный руководитель, включает:

1. Компетентность в избранной сфере бизнеса.
2. Способность эффективно действовать в условиях рынка, детально знать менеджмент, маркетинг, уметь обеспечивать при любых рыночных ситуациях оптимальные хозяйственные результаты.
3. Способность организовывать, координировать, направлять и контролировать деятельность подчиненных.
4. Высокие нравственные качества: честность, правдивость, скромность, высокая требовательность к себе и к другим, развитые чувства долга и ответственности.
5. Единство слова и дела, оперативность и гибкость в работе, умение самостоятельно и своевременно принимать оптимальное решение, добиваться исполнения его подчиненными.
6. Глубокое знание человеческой психологии, способов контактирования с людьми, умение формировать коллектив с высоким творческим потенциалом.
7. Стремление к наиболее рациональному распределению функций между собой и сотрудниками, объективная оценка результатов своей деятельности и деятельности сотрудников.
8. Справедливость во взаимоотношениях с подчиненными, умение завоевывать их доверие, создавать в коллективе благоприятный психологический климат.
9. Умение стратегически мыслить, предугадывать тенденции развития рынка, организовывать свою работу и работу сотрудников с учетом перспективы.

10. Постоянное обновление собственных знаний, поддержание их в соответствии с растущими потребностями общества.

11. Забота о повседневных нуждах работников, их здоровье и работоспособности.

Вопросы:

1. Согласны ли вы с перечнем качеств, которыми должен обладать менеджер?

2. Какими, на ваш взгляд, дополнительными качествами должен обладать руководитель - управленец?

3. Имеются ли какие-либо специфические требования к менеджеру, действующему в условиях российской действительности?

Задача 2. Главная задача менеджера - максимизация прибыли, получаемой компанией.

Вместе с тем все большее значение приобретают социальная ответственность менеджера перед обществом, его конкретные действия, обеспечивающие решение социальных проблем, стоящих перед страной.

В связи с этим существуют две позиции. Сторонники одной позиции считают, что социальные проблемы должно решать государство, а бизнес - только «делать деньги». Они обосновывают свою позицию тем, что действия в социальной области ведут к снижению прибылей компании, ухудшению ее конкурентоспособности, росту издержек, которые в последующем ведут к росту цен (нанося ущерб потребителям) и другим отрицательным последствиям.

Сторонники другой позиции считают, что бизнесмены имеют перед обществом моральные обязательства, и предпринимаемые ими действия, способствующие решению социальных проблем, могут оказать большую пользу предпринимателям, повысить их имидж в обществе и быть неплохой рекламой.

Вопросы

1. Чью позицию вы разделяете и почему?

2. Должен ли, по вашему мнению, предприниматель в современной России выполнять социальные обязательства перед страной и в каких формах?

3. Будет ли ему в конечном итоге это выгодно (в том числе в финансовом отношении)? Если выгодно, то почему?

Задача 3. В 1932г. была основана японская компания «Мацусита Электрик Индастриал Ко, Лтд», являющаяся одним из мировых лидеров в производстве электротехники и электроники. В России, как и в других странах, известны торговые марки этой компании: «Технике» и «Панасоник».

Основатель компании Комоскэ Мацусита сформулировал 7 основных положений менеджмента:

1. не хитря, будь честным;

2. будь хозяином на своем месте;

3. не живи вчерашним днем, постоянно совершенствуй свои знания;

4. относись с уважением и вниманием к окружающим;

5. все время помни о внешнем мире, приспосабливайся к законам его развития;

6. с благодарностью относись к тому, что имеешь и получаешь - мы все берем у общества в долг;

7. не уставай задавать себе вопрос: «На кого я работаю»? Ответ - только один – «На общество».

Вопросы

1. В чем заключается социальная направленность менеджмента?
2. Каким образом можно разумно совмещать в менеджменте частное и общественное начало?
3. Попробуйте продолжить формулировку основных положений менеджмента Комоскэ Мацусита, доведя их число до десяти.

Задача 4. В российской экономической литературе излагается мнение о том, что имеется пять базовых направлений в работе менеджера какой бы областью он ни занимался. Их результатом является интеграция ресурсов для поддержания жизнеспособности и развития организации.

Во-первых, менеджер устанавливает цели. Он определяет конкретные задачи и пути их решения для достижения целей.

Во-вторых, менеджер организует фирму как систему на их выполнение. Он анализирует виды деятельности, решения, необходимые для достижения целей. Затем выявляет проблемы, ставит задачи, группирует проблемы и задачи и поручает конкретным сотрудникам их выполнение.

В-третьих, менеджер поддерживает мотивацию труда и коммуникации внутри фирмы. Он составляет команду из людей, ответственных за определенные работы, делая это с помощью различных приемов, путем кадровых решений (об оплате труда, назначениях, повышениях и др.), а также множества решений, повышающих качество труда и жизни сотрудников. При этом осуществляются постоянные связи менеджера с подчиненными, начальниками, коллегами.

В-четвертых, менеджер создает систему контроля. Он определяет единицы измерения, фиксируя показатели, сориентированные на работу всей организации и в то же время на работу конкретного сотрудника. Он анализирует и оценивает достигнутые результаты, сообщая о них своему руководству, подчиненным и коллегам.

В-пятых, менеджер способствует росту деловой карьеры людей, обеспечивая условия, способствующие продвижению по «служебной лестнице» членов организации.

Вопросы

1. Все ли главные аспекты многообразной деятельности современного менеджера здесь учтены?
2. Что, на ваш взгляд, нужно добавить, чтобы общая характеристика действий менеджера стала более полной?
3. Какие направления в работе менеджера являются приоритетными?

Задача 5. Менеджер, особенно высокого уровня, всегда должен иметь своего заместителя.

От их совместной деятельности, взаимодействия во многом зависит успех дела. Ниже приводятся основные заповеди, которыми следует руководствоваться в рамках деловых отношений руководителя и его заместителя.

Заповеди для руководителя:

1. Обязательное полное информирование заместителя о состоянии дел.
2. Лояльность по отношению к заместителю. Руководитель должен не просто поддерживать своего заместителя, но и отстаивать его интересы.
3. Оказание заместителю всякого содействия: он должен иметь доступ к информации, ценному опыту.

Заповеди для заместителя:

1. Действовать в духе отсутствующего руководителя. Не следует видеть в замещительстве шанс для проведения собственной политики.
2. Лояльность по отношению к отсутствующему руководителю. Ни по отношению к руководителю своего «шефа», ни по отношению к подчиненным заместителю не следует проводить собственной тактики.
3. Секретность. Необходимо хранить молчание обо всех происшествиях в подразделении. Конечно, заместитель не обязан скрывать ставшие ему известными факты, связанные с уголовными преступлениями.
4. Честность и благородство. Заместитель не должен использовать полученную им во время замещительства информацию ради собственной карьеры.
5. Ориентация на окончание сроков замещительства. Заместитель должен зафиксировать в рабочем дневнике (других аналогичных документах) все существенные дела и полностью информировать о них руководителя по его возвращении, чтобы тот мог без промедления приступить к работе.

Вопросы

1. Со всеми ли заповедями вы согласны?
2. Что еще по вашему мнению, нужно добавить к ним ради пользы дела?
3. От каких заповедей, на ваш взгляд, можно или нужно отказаться и почему?

Задача 6. Менеджер должен уметь нравиться людям, вызывать у них положительные эмоции. Проанализируйте следующие предложения:

1. Выработывайте у себя положительное отношение к своим ближним.
2. Относитесь к окружающим с интересом.
3. Внимательно слушайте собеседника.
4. Пытайтесь поставить себя на место другого.
5. Всегда будьте готовы оказать другому помощь.
6. Признавайте достижения и сильные стороны других людей, выражая это, например, комплиментами.
7. Чаще называйте в разговоре своего собеседника по имени.
8. Ведите себя вежливо и корректно по отношению к окружающим.
9. Будьте в общении непринужденны и естественны.
10. По возможности настраивайтесь на радостный и оптимистический лад.
11. Будьте энергичны и уверены.
12. Выражайте свои мысли точно и внятно.
13. В беседе с окружающими чаще употребляйте местоимения «ты» и «вы», а не «я» и «мы».
14. Критические замечания высказывайте сдержанно и доброжелательно.
15. Постоянно повышайте свой образовательный уровень.

Вопросы

1. Что из предложенного вы уже применяете и что намерены использовать в ближайшее время?
2. Какие еще соображения в формировании личного «имиджа» представляются вам важными?

Задача 7. Несмотря на большой потенциал российского рынка, иностранные предприниматели очень осторожны в том, что касается развития бизнеса в нашей стране. Среди многих недостатков, характерных для российского рынка, отмечается либо полное отсутствие, либо невысокая квалификация российских менеджеров.

Пребывание же западных менеджеров (профессионалов организации и управления) обходится иностранным компаниям, работающим в России, очень дорого. Кроме того, присутствие иностранных специалистов в совместных предприятиях часто ведет к конфликтным ситуациям между ними и российским персоналом, считающим что у первых несопоставимо более высокий уровень оплаты труда.

На этом фоне необычно выглядят результаты анализа деятельности нескольких десятков совместных предприятий в России, выполненного сотрудниками Гарвардской школы бизнеса в США. Кратко суть их выводов сводится к следующему:

Достоинства:

- в современной России много талантливых и опытных менеджеров;
- в России имеются широкие возможности для предпринимательства;
- российские менеджеры придают вопросам качества продукции такое же значение, как и на Западе;
- трудности, с которыми сталкиваются российские менеджеры (нестабильность, инфляция и т.д.), можно обратить в преимущества.

Недостатки:

- российские менеджеры неправильно понимают связь между властью и ответственностью (стремятся к большой власти при малой ответственности);
- объективные трудности в работе российских менеджеров: постоянное изменение законодательной базы; сложности обеспечения предприятий ресурсами.

Вопросы

1. Согласны ли вы с оценкой состояния российского менеджмента, которую дали американские специалисты?
2. Как динамично, по вашему мнению, меняются объективные условия для работы российских менеджеров?
3. Кто в настоящее время предпочтительнее на должности руководителя российского промышленного предприятия, крупной оптовой фирмы, банка: опытный, иностранный или российский менеджер? Объясните свой выбор.

Задача 8. Классика менеджмента содержит примеры емких выражений, кратко характеризующих суть менеджмента и его значение для бизнеса. Это, по существу, принципы эффективного менеджмента. Вот некоторые примеры принципов деятельности американских фирм «Дженерал Моторс» и «IBM».

- «Руководитель не может позволить себе роскошь учиться на ошибках».
- «Вы можете свалить дурака в чем угодно и вам дадут шанс исправиться. Но если вы хоть немного схалтурите в том, что касается управления людьми, то вам конец. Здесь все просто: либо высший уровень работы, либо нам придется расстаться».

- «Успех нашего бизнеса тесно связан с дарованием и преданностью наших менеджеров. Прибыль течет туда, где есть мозги».

Вопросы

1. Согласны ли вы с приведенными выше высказываниями?
2. Постарайтесь сформулировать собственную оригинальную интерпретацию аналогичного выражения с учетом российской практики менеджмента.

Задача 9. Среди способов принятия управленческих решений выделяется «Принцип Парето». Суть принципа, сформулированного итальянским экономистом Вильфредо Парето, заключается в том, что внутри данной какой-

либо группы или множества групп отдельные малые ее части обнаруживают намного большую значимость, чем это соответствует их удельному весу в группе. Например:

- 20% клиентов (товаров) дают 80% оборота или прибыли;
- 80% клиентов (товаров) приносят 20% оборота или прибыли;
- 20% ошибок обуславливают 80% потерь;
- 80% ошибок обуславливают 20% потерь;
- 20% исходных продуктов определяют 80% стоимости готового изделия;
- 80% исходных продуктов определяют 20% стоимости готового изделия.

Поэтому в связи с принципом Парето отмечают соответствие «80 : 20».

В процессе работы менеджера за первые 20% расходуемого времени достигается 80% результатов, остальные 80% затраченного времени приносят лишь 20% общего итога.

Следовательно, менеджеру не целесообразно браться сначала за самые легкие дела. Необходимо приступать к решению вопросов, сообразуясь с их значением.

Вопрос

Какие еще выводы для практической работы российского менеджера можно сделать, используя принцип Парето? Обоснуйте свои предложения.

Задача 10. Практика показывает, что наибольший успех в бизнесе достигается за счет объединения усилий группы людей или коллективов при решении проблем. Если такая кооперация обеспечивает эффект мультипликации, то возникают дополнительные выгоды, которые невозможно получить поодиночке. Для этого необходимо выполнять определенные требования по вопросам кооперации:

1. Цель совместной работы должна быть ясна и понятна всем участникам.
2. Партнерам по возможности должны быть знакомы задачи друг друга.
3. При работе должны царить хорошее взаимопонимание и свободный обмен информацией.
4. Никто не должен настаивать на своем варианте решения. Надо быть готовым пойти на компромисс и изменить свое решение в пользу другого, обещающего успех для всех.
5. Необходимы правила игры, которых все должны придерживаться.
6. Сильные стороны партнеров важнее для совместного дела, чем их слабые стороны. Первые необходимо скомбинировать, вторые - нейтрализовать.
7. Вся информация должна поступать к координатору, чтобы можно было сразу же передать ее всем тем, кого от непосредственно касается.
8. Мешает кооперации тот, кто хочет добиться для себя выгоды за счет других участников.
9. Каждый отвечает за свой участок работы, за надежность и соблюдение сроков.
10. В случае той или иной удачи следует поощрять всех, имеющих отношение к данной работе.
11. Все должны быть ознакомлены с типовыми условиями совместной работы (бюджет, предписания, сроки и т. п.).
12. Если решения принимаются не совместно, они должны быть всем понятны и соответственно обоснованы.

Вопросы

1. Со всеми ли требованиями, обозначенными выше, вы согласны? Если с чем-то не согласны - аргументируйте.
2. Какие еще требования, предпосылки необходимы, чтобы конечный результат совместного труда был бы максимальным?
3. Какую менеджер должен провести организационную подготовку для совместной работы сотрудников, чтобы гарантировать успех?

Раздел «Основы маркетинга»

Задание №1: разбор ситуаций

Ситуация 1. Вы - главный менеджер на крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики по всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от вас зависит решение - подписать новый контракт или нет. С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым решится актуальная для этого региона проблема безработицы; с другой - это принесет большой доход вашей фирме. Однако вы, занимаясь производством и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно вам в руки попал отчет об исследовании, в котором была установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями.

Каково будет ваше решение? Подпишите вы новый контракт или нет? Почему?

Ситуация 2. Вы - менеджер на фирме, производящей программные продукты для ЭВМ. На одной из презентаций вы знакомитесь с молодой дамой (молодым человеком), которая(ый) недавно был(а) управляющей(им) на фирме-конкуренте. По какой-то причине он(а) был(а) уволен(а) и, теперь держит обиду на эту фирму. Вы можете начать ухаживать или можете взять ее (его) на работу. В ином случае, можете просто пообещать взять ее (его) на работу. Обида так сильна, что он(а) с удовольствием расскажет обо всех планах конкурента.

Пойдете ли вы на тот, или иной шаг? Почему?

Ситуация 3. Вы - менеджер по производству на фирме, выпускающей холодильники. Недавно вы узнали, что конкурирующая фирма придала своим холодильникам свойство, которого в ваших холодильниках нет, но которое окажет большое влияние на сбыт. Например, в холодильниках «NO FROST» теперь можно хранить продукты не только в вакуумной упаковке, но и обычные, не боясь их усыхания. На ежегодной специализированной выставке фирмы-конкурента будет офис для гостей, и на одном из приемов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве холодильника и о том, каким образом это было достигнуто. Вы можете послать своего сотрудника на этот прием под видом нового дилера, чтобы узнать о нововведении.

Пойдете ли вы на такой шаг? Почему?

Ситуация 4. Вы - менеджер по персоналу. В вашу фирму пришла молодая способная женщина, желающая стать торговым агентом. Уровень ее квалификации значительно выше, чем у претендентов-мужчин на эту должность. Но прием ее на работу неизбежно вызовет отрицательную реакцию

со стороны ряда ваших торговых агентов, среди которых женщин нет, а также может раздосадовать некоторых важных клиентов фирмы.

Возьмете ли вы эту женщину на работу? Почему?

Ситуация 5. Вы - менеджер туристской фирмы. К вам пришла женщина, желающая отдохнуть в Греции. У вас же есть горящий тур на Мертвое море в Израиль. У женщины явные проблемы с давлением, одышка. Вы знаете, что гипертоникам на Мертвом море ехать противопоказано. Как вы поступите?

Ситуация 6. Вы - менеджер по маркетингу на фирме, выпускающей бытовую технику. Фирма с помощью дорогостоящих исследований попыталась усовершенствовать один из выпускаемых товаров, а именно - пылесос. Пылесос по-прежнему не ионизирует воздух, хотя именно к этому результату пытались прийти в результате исследований. Поэтому новый тип пылесоса не стал по-настоящему усовершенствованной новинкой. Вы знаете, что появление надписи «Усовершенствованная новинка» на упаковке и в рекламе средств массовой информации повысит значительно сбыт такого товара.

Какое решение вы примете? Сделаете такую надпись или нет? Почему?

Ситуация 7. Вы - менеджер из крупной компании по продаже автомобилей. Компания имеет широкую сеть дилеров. Недавно у одного из них, работающего на важной сбытовой территории, начались неурядицы в семье. Дело идет к разводу, но дилер пытается приостановить и изменить решение, принятое его женой. В недалеком прошлом это был один из самых опытных и результативных продавцов вашей фирмы и имел торговую привилегию. Удастся ли ему сохранить семью, как скоро войдет в норму его семейная жизнь? Сейчас же большое количество продаж теряется. Вы как менеджер имеете юридическую возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его.

Как вы поступите? Почему?

Ситуация 8. Вы - главный менеджер известной фирмы, и изо всех сил стараетесь добиться заключения выгодного контракта на большую сумму продаж с одной компанией. В ходе переговоров узнаете, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу. У вас нет желания брать его к себе на работу, но если вы намекнете ему об этой возможности, он скорее всего передаст заказ именно вам.

Как поступите вы? Почему?

Ситуация 9. Вы - менеджер по маркетингу и хотите сделать выборочный опрос потребителей об их реакциях на товар конкурента. Для этого вы должны провести опрос якобы от лица несуществующего «Института маркетинга и конъюнктуры рынка».

Сделаете ли вы такой опрос? Почему?

Ситуация 10. Вы - менеджер фирмы, выпускающей средства по уходу за волосами. Фирма приступила к выпуску нового шампуня, препятствующего образованию перхоти и эффективного даже при разовом применении. Однако специалист по маркетингу вашей фирмы рекомендует в инструкции на этикетке указать, что шампунь следует применять дважды при каждом мытье головы. Дополнительного эффекта потребитель не получит, но шампунь будет расходоваться в два раза быстрее, и, следовательно, увеличится объем продаж. Что вы предпримите? Почему?

Задание №2: ситуации.

«Расчет потребности в торговых агентах»

Фирма предполагает использовать разъездных розничных торговцев (коммивояжеров, агентов) в четырех географически обособленных сегментах рынка.

В сегменте А численность вероятных клиентов (реальных и потенциальных) равна 50, а рациональное количество посещений каждого из них определяется как четыре раза в месяц. В сегменте Б имеется 70 потенциальных клиентов, а рациональная частота их посещений— два раза в месяц. В сегментах В и Г соответственно 100 и 150 клиентов, которых желательно посещать: в сегменте В — раз в месяц, а в сегменте Г— раз в два месяца.

В соответствии с установленными на фирме нормами каждый торговый агент работает в среднем 20 рабочих дней в месяц, а ежедневная усредненная норма одного агента составляет четыре посещения в день.

Кроме того, из каждых ста посещений десять являются незапланированными и осуществляются агентами по собственной инициативе или вследствие появления побочной информации. К тому же примерно 5% посещений могут не состояться по техническим причинам: неисправность автомобиля, отсутствие клиента и пр.

Вопросы и задания

1. Рассчитайте общее количество плановых посещений клиентов фирмы в месяц.
2. Учтите вероятный процент незапланированных и несостоявшихся посещений и определите потребное фирме количество сотрудников (ставок по штату).
3. Как на ваш взгляд, можно было бы увеличить производительность их труда? От чего это зависят?

Задание №3: разбор кейса.

Кейс «Разработка плана маркетинга»

Лаборатория биотехнологий пищевых продуктов и лекарственных препаратов Вятского государственного университета, обладая мощным научным потенциалом, на протяжении многих лет создавала различные технологии производства лекарственных препаратов и пищевых добавок.

Среди наиболее популярных препаратов лаборатории – бальзам «Биойл», высокоэффективная биологическая добавка к пище, соединяющая в себе свойства хорошо зарекомендовавших себя в медицинской практике масел шиповника и облепихи. Особое внимание необходимо обратить на то, что препарат изготавливается из местного сырья, что приносит организму человека незаменимый эффект, ведь ещё в древности говорили, что человека могут исцелить только те растения, которые произрастают в радиусе 250 м.

Импортные препараты-аналоги, поступающие на региональный рынок ориентированы на потребителей с высоким уровнем доходов. Отечественные препараты менее дорогостоящи, но уступают импортным в дизайне упаковки, в степени узнаваемости, в продвижении. Таким образом, на рынке образовалась своеобразная ниша для высокотехнологичных лекарственных препаратов, соответствующих, по своим параметрам качества, мировому уровню, имеющих уникальные свойства и имеющих более привлекательную цену.

Главные достоинства и недостатки проекта – выведения нового продукта на рынок:

Преимущества:

1. Превосходство бальзама «Биойл» над существующими аналогами производства ведущих зарубежных и отечественных фирм.
2. Быстро растущий рынок сбыта, за счёт наметившейся тенденции к здоровому образу жизни.
3. Снижающаяся стоимость производства, за счёт использования сырья близлежащих районов города.
4. Наличие большого научного потенциала, позволяющего сохранить лидерство в производстве высокотехнологичной уникальной продукции на ближайшие годы.
5. Многолетний опыт работы в сфере биотехнологий.
6. Сотрудничество с научно-исследовательской Лабораторией Маркетинга ВятГУ.

Главным недостатком проекта является недостаток требуемых оборотных средств для массового производства, продвижения и реализации продукта.

Вопросы и задания

1. Разработайте стратегию продвижения нового товара на рынок.
2. Предложите программу вывода нового товара на рынок, и в частности план маркетинга в разрезе основных элементов комплекса маркетинг-микс, определите график реализации проекта, сформируйте бюджет маркетинга.
3. Определите виды и график контроля за реализацией программы.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся в целом:

- раскрыл содержание материала в объёме, предусмотренном программой;
- изложил материал грамотным языком в определённой логической последовательности, точно используя терминологию, факты и аргументы, даты, определения и др.
- показал умения иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, различными данными (карты, иллюстрации, диаграммы и т. д.), применял их при выполнении задания в новой учебной ситуации;
- продемонстрировал усвоение ранее изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых умений и навыков;

Оценка «хорошо» ставится, если ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков:

- в изложении допущены незначительные пробелы, не исказившие содержание ответа;
- применялись не все требуемые теоретические знания, умения;
- допущены несущественная ошибка, один-два недочёта при освещении основного содержания ответа

Оценка «удовлетворительно» ставится в одном из следующих случаев:

- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения программного материала;
- имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии;

- материал частично усвоен, но умения не проявлены в полной мере, обучающийся не справился с применением знаний при выполнении задания в новой ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в следующих случаях:

- не раскрыто главное содержание учебного материала;
- обнаружено незнание или непонимание учеником большей или наиболее важной части учебного материала;
- допущены существенные ошибки в изложении фактов, определении понятий, в суждениях и выводах.

2.4. Аттестационный текущий контроль успеваемости (ежемесячный)

При проведении ежемесячного аттестационного контроля успеваемости учитываются следующие результаты текущих форм контроля изучения дисциплины:

1. Результаты составления рефератов.
2. Результаты тестирования обучающихся.
3. Результаты письменных работ.
4. Результаты устного индивидуального опроса.
5. Результаты устного фронтального опроса.

3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1 Задания для проведения дифференцированного зачета

Задание для зачета включает в себя 2 теоретических вопроса.

Вопросы для дифференцированного зачета по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» за семестр.

1. Экономическая жизнь общества.
2. Зарождение экономических знаний.
3. Первые и современные направления экономической мысли
4. Предмет, структура и функции экономической теории
5. Методы познания экономических явлений.
6. Единство теории и практики.
7. Экономическая политика..
8. Методы планирования доходов

9. Механизм регулирования заработной платы
10. Основные требования к организации заработной платы на предприятии
11. Бестарифная модель оплаты труда
12. Особенности деловой оценки труда персонала
13. Организация аттестации персонала
14. Факторы, влияющие на товарооборот
15. Методика анализа товарооборота
16. Типы совместной деятельности
17. Общение в трудовом коллективе
18. Деловое общение и деловой этикет в коллективе
19. Виды и формы делового общения.
20. Законы управления общением.
21. Деловое общение как обмен информацией.
22. Деловое общение как взаимодействие.
23. Деловое общение как процесс восприятия людьми друг друга.
24. Стили общения
25. Руководство и власть в организации
26. Формы власти и влияния
27. Стили и формы управленческого поведения
28. Планирование работы менеджера
29. Понятие руководства и власти.
30. Управление человеком и управление группой.
31. Затраты и потери рабочего времени.
32. Основные направления улучшения использования времени.
33. Организация рабочего дня, рабочей недели, рабочего места.
34. Улучшение условий и режима работы.
35. Рабочее место руководителя, его эргономические характеристики.
36. Маркетинг в сфере услуг и его особенности
37. Особенности потребителя
38. Ценообразование
39. Методика ценообразования.
40. Система ценовых методов
41. Установление цены продажи
42. Основные методы ценообразования
43. Затратные методы ценообразования
44. Параметрические методы ценообразования
45. Метод потребительского эффекта

3.2. Критерии оценки дифференцированного зачета за семестр:

Оценка «Отлично» выставляется в том случае, когда обучающийся показывает глубокие знания по предмету в объеме требований учебной программы, твердо знает содержание рекомендованных первоисточников, владеет категориальным аппаратом, умеет творчески выделять, анализировать, обобщать наиболее существенные связи и признаки исторических явлений и процессов.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если обучающийся обнаруживает твердые знания программного материала, категориального аппарата при хорошем усвоении первоисточников.

Оценка «удовлетворительно» ставится тогда, когда обучающийся поверхностно усвоил программный материал, категориальный аппарат, отрабатывать рекомендованный минимум литературы. Показал неполные и неглубокие знания, материал излагал бессистемно.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется тогда, когда обучающийся показал незнание важных разделов программы дисциплины, категориального аппарата