**Приложение**

**к ООП СПО по специальности 35.02.16 Эксплуатация и ремонт**

**сельскохозяйственной техники и оборудования**

**Департамент образования и науки Тюменской области**

**ГАПОУ ТО «Тобольский многопрофильный техникум»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА**

**ОП.12 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**2022**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |
| --- |
| 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ   УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ |
| 1. СТРУКТУРА и содержание УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ |
| 1. условия реализации программы учебной дисциплины |
| 1. Контроль и оценка результатов Освоения   учебной дисциплины |

**1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования по специальности 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования.

Учебная дисциплина ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга входит в общепрофессиональный цикл профессиональной подготовки.

**1.2** **Цель и планируемые результаты освоения дисциплины** **ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга:**

Учебная дисциплина ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования.

В рамках изучения учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код  ПК, ОК | Умения | Знания |
| ОК 01, ОК 02, ОК 09, ОК 10, ПК 1.3, ПК 4.4  ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 | -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;  -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;  -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. | -основные положения экономической теории;  - принципы рыночной экономики;  -современное состояние и перспективы развития отрасли;  -роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;  -механизмы ценообразования на продукцию (услуги);  - формы оплаты труда;  - стили управления, виды коммуникации;  -принципы делового общения в коллективе;  - управленческий цикл;  -особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;  -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;  -формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. |
| ЛР 4 | Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа» |  |
| ЛР 10 | Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой |  |
| ЛР 15 | Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем |  |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | 64 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 62 |
| в том числе: |  |
| Теоретические занятия | 32 |
| Лабораторно-практические занятия | 30 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | 2 |
| Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета | |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины** **ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | | **Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся.** | | **Объем часов** | **Коды**  **Компетенций, ЛР** |
| **1** | | **2** | | **3** | **4** |
| **Раздел 1. Основы экономики** | | | | **8** |  |
| Тема 1.1. Производство и экономика | | | **Производство и экономика**  Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства. Классификация факторов производства. Ознакомление со школой экономических учений. Ознакомление с типами и моделями экономических систем. Изучение биржи и биржевых сделок. | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема. 1.2.  Принципы рыночной экономики | | | **Принципы рыночной экономики**  Понятие рынка, условия его возникновения. Виды рынков. Основные функции рынка. Механизм рыночного саморегулирования и его основные элементы  Законы спроса и неценовые факторы рыночного спроса. Закон предложения и неценовые рыночные предложения. Кривая спроса и предложения. Эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночная цена и точка равновесия. Монополии и монополистические союзы. Проблема неравенства доходов. Кривая Лоренца и индекс Джини. | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| **Раздел. 2. Экономика организации (предприятия)** | | | | **22** |  |
| Тема. 2.1.  Характеристика отрасли и предприятия | **Характеристика отрасли и предприятия**  Предприятие в условиях рыночной экономики.  Организационно-правовые формы предприятия. Особенности крестьянских и фермерских хозяйств. | | | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема 2.2.  Земельные ресурсы предприятия | **Земельные ресурсы предприятия**  Значение и особенности использования земли в сельском хозяйстве. Состав, структура и состояние земельных ресурсов. Экономическая эффективность использования земли и пути ее повышения. Состояние земельных ресурсов в РФ. | | | 2 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема 2.3.  Основные фонды и оборотные средства предприятия | **Основные фонды и оборотные средства предприятия**  Сущность и значение основных фондов, их структура. Особенности основных фондов в АПК.  Оборотные средства, их экономическая сущность и состав. | | | 2 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 |
| **Практическое занятие**  Расчет показателей использования основных фондов и оборотных средств | | | 2 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6, ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема 2.4.  Трудовые ресурсы и эффективность их использования | **Трудовые ресурсы и эффективность их использования**  Понятие и состав трудовых ресурсов, особенности их использования в АПК. Занятость и безработица. Обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность их использования. Сезонность как фактор использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве. | | | 2 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6, ПК 3.2 |
| **Практическое занятие**  Расчет показателей эффективности использования трудовых ресурсов | | | 2 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 |
| Тема 2.5.  Оплата труда | **Оплата труда**  Понятие оплаты труда, ее сущность и функции.  Принципы формирования заработной платы. Формы оплаты труда | | | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| **Раздел 3. Основы менеджмента** | | | | **20** |  |
| Тема 3.1.  Сущность современного менеджмента | **Сущность современного менеджмента**  Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. Школы менеджмента. | | | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,  ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема 3.2.  Типы структур организаций | **Типы структур организаций**  Понятие организации. Законы организации. Типы организационных структур. Внутренняя и внешняя среда организации. Факторы внешней среды организации. | | | 6 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11  ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема. 3.3.  Функции менеджмента в рыночной экономике | **Функции менеджмента в рыночной экономике**  Функции менеджмента. Организация и планирование.  Контроль и мотивация. Социальная ответственность и этика менеджмента. Социально- психологические отношения в трудовом коллективе. Коммуникация и ее виды в управлении. Этапы коммуникации. Барьеры общения и пути их устранения. Управление конфликтами и стрессами. | | | 6 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,ПК 3.2  ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Тема 3.4.  Методы и стили  руководства | **Методы и стили руководства**  Система методов управления. Стили управления.  Факторы, влияющие на управленческие решения. Этапы принятия управленческих решений | | | 4 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| **Раздел 4. Основы маркетинга** | | | | **14** |  |
| Тема 4.1.  Маркетинг как концепция управления | **Маркетинг как концепция управления**  Маркетинг и менеджмент. Маркетинговое управление  Функциональная структура маркетинга. Процесс управления маркетингом. Состояние спроса и задачи маркетинга. Принципы сегментирования.  Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара.  Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге. | | | 14 | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 11ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.6,ПК 3.2 ЛР 4, ЛР 10, ЛР 15 |
| Максимальная учебная нагрузка  Обязательная аудиторная учебная нагрузка  в.т.ч. теоретические занятия  практические работы  Самостоятельная работа | | | | 64  62  32  30  2 |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.12 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный оборудованием:

* посадочными местами по количеству обучающихся,
* рабочим местом преподавателя,
* комплектом учебно-наглядных пособий;

техническими средствами обучения:

* мультимедийный комплекс (проектор, проекционный экран, ноутбук);

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

**3.2.1. Основные печатные издания**

1. Жабина, С. Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании [Электронный ресурс] : учебник / С. Б. Жабина, О. М. Бурдюгова, А. В. Колесова. – 3-е изд., стер. – Москва : Академия, 2015. – 336 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=168118> .

2. Косьмин, А. Д. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А. Д. Косьмин. – Москва :Академия, 2014. – 208 с. – Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=106719> .

3. Барышев А. Ф. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / А. Ф. Барышев. - 11-е изд., стер. – Москва : Академия, 2014. - 224 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=53867>.

**3.2.3 Дополнительные источники:**

1. Драчева, Е. Л. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Е. Л. Драчева. - 15-е изд., стер. - Москва : Академия, 2014. - 304 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=94535>.

2. Шевелёва, С. А. Основы экономики и бизнеса [Электронный ресурс] / С. А. Шевелёва, В.Е. Стогов. - 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2011. - 432 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117701>.

3. Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Алексунин. – Москва: Дашков и К, 2014. — 200 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70538>.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| **Умения** | | |
| Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.  Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения.  Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. | В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен уметь**:  - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;  - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;  - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. | Ролевая игра  Ситуационные задачи  Практические задания  Кейс –задания  Индивидуальные проекты  Дифференцированный  зачет |
| **Знания** | | |
| Основные положения экономической теории.  Принципы рыночной экономики.  Современное состояние и перспективы развития отрасли.  Роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.  Механизмы ценообразования на продукцию (услуги).  Формы оплаты труда.  Стили управления, виды коммуникации.  Принципы делового общения в коллективе.  Управленческий цикл.  Особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства.  Сущность, цели, основные -принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом.  Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. | В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен знать**:  -основные положения экономической теории;  -принципы рыночной экономики;  -современное состояние и перспективы развития отрасли;  -роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;  -механизмы ценообразования на продукцию (услуги);  -формы оплаты труда;  -стили управления, виды коммуникации;  -принципы делового общения в коллективе;  -управленческий цикл;  -особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;  -сущность, цели, основные -принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;  -формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. | -устный индивидуальный и фронтальный опрос;  - письменная работа в форме тестирования, индивидуальных заданий; устный индивидуальный опрос;  - устный контроль в форме дискуссии, индивидуальный опрос;  Заполнение таблиц  Собеседование  Творческие задания  Подготовка стендовых докладов |

* 1. **Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга.**

**Раздел 1 «Основы экономики»**

**Вариант 1**

**1. Назовите типы факторов производства**

A)все перечисленное

B)труд

C)земля

D)капитал

E)предпринимательство

**2.Назовите существующие в экономической теории виды ресурсов**

A)все перечисленное

B)природные

C)трудовые

D)финансовые

E)материальные

**3.Основными факторами производства являются**

A)труд, земля, капитал, предпринимательские способности

B)земля, люди, воздух, идеи людей

C)зарплата, каптал, прибыль, процент

D)макроэкономика и микроэкономика

E)деньги, валюта, проценты, рента

**4.Транспорт ,торговля ,коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание относятся**

A)к отраслям, оказывающим материальные услуги

B)к отраслям оказывающим нематериальны услуги

C)к отраслям , создающим нематериальные блага

D)к отраслям , создающим материальные блага

E)к нематериальному производству

**5.Какая пара категории раскрывает экономическое содержание собственности**

A)присвоение - отчуждение

B)базис -надстройка

C)сущность – явление

D)причина – следствие

E)субъект – объект

**6.В товарном производстве общественное признание продукт труда получает**

A)в сфере обмена

B)в сфере производства

C)при распределении

D)в процессе потребления

E)в непроизводственной сфере

**7.Чем характеризуется экономика свободной торговли**

A)совершенной конкуренцией и отсутствием чьей-либо власти на рынке

B)плановым ценообразованием

C)сочетанием рыночных и плановых регуляторов

D)высокими барьерами для входа в отрасль

E)плановое распределение ресурсов и капиталовложений

**8.Что свойственно натуральной форме хозяйства**

A)непосредственная связь производства и потребления в рамках отдельной хозяйственной единицы

B)открытость хозяйства

C)разделение труда и специализация

D)производство продукции с целью обмена

E)мобильность рабочей силы

**9.Что из перечисленного является естественным благом**

A)уголь

B)станки

C)инструменты

D)пища

E)добытая нефть

**10.В предложенных соответствиях определите неверное**

A)земля – заработная плата

B)предпринимательские способности – прибыль

C)земля – рента

D)труд – заработная плата

E)капитал – проценты

**11.Что не характерно для натурального хозяйства**

A)разделение труда и специализация

B)замкнутость экономической системы

C)непосредственная связь производства и потребления

D)специфический характер труда

E)отсутствие мобильности рабочей силы

**12.Отношения по поводу производства, обмена, потребления и присвоения жизненных благ –это**

A)экономические отношения

B)экономическая потребность

C)производственные отношения

D)экономические рычаги

E)экономические интересы

**13.Представленная на рынке потребность в товарах и услугах, обеспеченная покупательной способностью**

A)спрос

B)производство

C)предложение

D)обмен

E)торговля

**14.Функция рынка, заключающаяся в соединении продавцов**

A)посредническая

B)ценообразующая

C)стимулирующая

D)регулирующая

E)оздоравливающая

**15.Затраты на приобретение факторов производства - это**

A)издержки

B)прибыль

C)эффективность

D)цена

E)доход

**Вариант 2**

**1.Фактор производства, основной целью которого является получение максимальной прибыли**

A)предпринимательство

B)труд

C)земля

D)капитал

E)человек

**2.Три важных вопроса экономического развития**

A)что, как, для кого производить

B)что, зачем производить

C)как, зачем производить

D)почему, с какой целью производить

E)как, для кого производить

**3.Воспроизводство- это**

A)непрерывно возобновляющийся процесс производства

B)само производство

C)производство и обмен

D)производство и распределение

E)производство и потребление

**4.Здравоохранение и образование относятся**

A)к отраслям оказывающим нематериальные услуги

B)к отраслям, оказывающим материальные услуги

C)к отраслям , создающим нематериальные блага

D)к отраслям , создающим материальные блага

E)нет верного ответа

**5.Приватизация государственной собственности – это…**

A)преобразование государственной собственности в частную

B)преобразование государственной собственности в коллективную

C)преобразование общественной собственности в иную

D)процесс формирования личной собственности

E)процесс разгосударствления

**6.Факторы, воздействующие на объем предложения товара на рынке**

A)все перечисленное

B)цена товара

C)технология производства

D)налоги и субсидии

E)количество товаропроизводителей

**7.Что из перечисленного не является элементом структуры рыночного механизма**

A)директивное планирование

B)предложение

C)спрос

D)цена

E)конкуренция

**8.Что из перечисленного является экономическим благом**

A)добытая нефть

B)нефть

C)вода

D)горы

E)ископаемые

**9.Что из перечисленного является естественным благом**

A)нефть

B)одежда

C)транспорт

D)предметы быта

E)добытая нефть

**10.В предложенных соответствиях определите неверное**

A)труд – рента

B)предпринимательские способности – прибыль

C)земля – рента

D)труд – заработная плата

E)капитал – проценты

**11.Создание полезных продуктов**

A)производство

B)распределение

C)обмен

D)потребление

E)приобретение

**12.Отношения людей друг к другу в процессе производстве называются**

A)производственные отношения

B)экономические отношения

C)экономические интересы

D)экономчиеские рычаги

E)гуманистические отношения

**13.Способность блага удовлетворять ту или иную потребность человека**

A)полезность

B)производство

C)предложение

D)обмен

E)торговля

**14.Функция рынка, заключающаяся в том, что на основе спроса и предложения на рынке формируется цена товара**

A) ценообразующая

B) посредническая

C) стимулирующая

D) регулирующая

E) оздоравливающая

**15.Денежные расходы, платежи, осуществляемые фирмой с целью приобретения на стороне необходимых факторов производства**

A)бухгалтерские издержки

B)экономические издержки

C)альтернативные издержки

D)финансовые издержки

E)внутренние издержки

**Вариант 3**

**1.Экономическая категория, обозначающая уже реально вовлеченные в процесс производства  ресурсы**

A)факторы производства

B)предмет производства

C)метод производства

D)объект производства

E)субъект производства

**2.Экономическая категория, характеризующая результативность производства, полноту и оптимальность применения имеющихся ресурсов**

A)эффективность

B)экономия

C)ресурсообразность

D)объективность

E)субъективизм

**3.Промышленность, сельское хозяйство , строительство относятся**

A)к отраслям, создающим материальные услуги

B)к отраслям, оказывающим материальные услуги

C)к отраслям оказывающим нематериальные услуги

D)к отраслям создающим нематериальные блага

E)к нематериальному производству

**4.Слово «цивилизация» в переводе с латинского означает**

A)гражданский, общественный

B)частный

C)международный

D)всемирный

E)региональный

**5.Экономическая категория, характеризующая результативность производства, полноту и оптимальность применения имеющихся ресурсов**

A)эффективность

B)экономия

C)ресурсообразность

D)объективность

E)субъективизм

**6.Укажите, что характеризует экономику централизованного планирования**

A)плановое распределение ресурсов и капиталовложений

B)действие рыночных регуляторов

C)многообразие форм собственности

D)свободный перелив капитала

E)свободная конкуренция

**7.Что характеризует товарное производство**

A)разделение труда и открытость хозяйства

B)непосредственная связь производства и потребления

C)натуральная форма продукта

D)универсальный характер труда

E)отсутствие мобильности рабочей силы

**8.Что из перечисленного является экономическим благом**

A)транспорт

B)нефть

C)вода

D)горы

E)ископаемые

**9.В дословном переводе с латинского языка «экономика»- это**

A)правила ведения домашнего хозяйства

B)рациональность

C)умение считать

D)умение экономить

E)эффективность

**10.Первая экономическая школа**

A)меркантилизм

B)физиократия

C)школа человеческих отношений

D)школа научного управления

E)школа административного управления

**11.Что относится к факторам производства**

A)земля, труд, капитал и предпринимательская деятельность

B)земля и время

C)экология

D)информация

E)время

**12.Побудительные мотивы хозяйственной деятельности людей проявление их способностей**

A)экономические интересы

B)экономические отношения

C)экономическая потребность

D)экономические взаимодействия

E)экономические рычаги

**13.Назовите функции рынка**

A)все перечисленное

B)посредническая

C)ценообразующая и регулирующая

D)стимулирующая

E)оздоравливающая

**14.Функция рынка заключается в том ,что из менее выгодных отраслей капиталы перетекают в более выгодные**

A)регулирующая

B)стимулирующая

C)оздоравливающая

D)ценообразующая

E)посредническая

**15.Затраты фирмы, которые она несет вне зависимости от объема своей производственной деятельности**

A)постоянные издержки

B)альтернативные издержки

C)бухгалтерские издержки

D)экономические издержки

E)финансовые издержки

**Раздел 2 «Основы менеджмента»**

**Вариант 1**

**1. По отношению к управлению планирование рассматривают как**

а) его функцию;

б) метод.

**2. Определяющей характеристикой менеджера является**

а) организация и управление в условиях рыночной экономики;

б) стремление к получению прибыли;

в) наличие подчиненных в организационной структуре.

**3. Менеджмент как наука сформировался**

а) в средние века;

б) в конце XIX — начале XX в.;

в) после Второй мировой войны.

**4. Функцией менеджмента является**

а) формулирование целей;

б) аттестация персонала;

в) организация работы;

г) оценка результатов деятельности.

**5. Универсальный принцип управления — единоначалие — предложен учеными научной школы**

а) человеческих отношений (М. Фоллет, Э.Мейо);

б) административного управления (А. Файоль);

в) научного управления (Ф.Тейлор).

**6. Главное качество, которым должен обладать японский менеджер, это**

а) профессионализм;

б) координация действий подчиненных.

**7. Верным является следующее умозаключение**

а) каждый менеджер — руководитель;

б) каждый руководитель — менеджер.

**8. Определяющим фактором среды прямого воздействия промышленного предприятия является**

а) научно-технический прогресс;

б) состояние развития экономики; в)потребители продукции.

**9. В учебных заведениях США стремятся готовить менеджеров-универса­лов**

а) да;

б) нет

**10. Перегрузка менеджеров высшего звена управления характерна для организационной структуры**

а) линейного типа;

б) матричного типа.

**11. Для традиционного принципа хозяйствования как составной части про­цесса управления характерны индивидуализм, имущественное право, са­мостоятельность решений**

а) да;

б) нет.

**12. Современный («экологический») научный подход к работе менеджера по контролю деятельности подчиненных предполагает**

а) утверждение планов по отдельным видам продукции;

б) координацию работы по производству группы продукции;

в) сочетание этих вариантов.

**13. Мотивация труда — это**

а) планирование деятельности на перспективу;

б) организация работы коллектива;

в) формирование необходимых стимулов;

г) подведение итогов.

**14. Создание менеджером его подчиненным необходимых условий для профессионального роста, предоставление ответственной работы позво­ляет удовлетворить их**

а) первичные потребности;

б)вторичные потребности;

в) одновременно те и другие.

**15. Делегированием в менеджменте является не только передача полно­мочий, но и ответственности подчиненным**

а) да;

б) нет.

**Вариант 2**

**1. Основным лимитирующим показателем деятельности менеджера явля­ется**

а) ограничение ресурсов;

б) потребительский спрос;

в) фактор времени;

г) бюрократические барьеры.

**2. Впервые необходимость разработки норм выработки была обоснована учеными**

а) школы научного управления (1885—1920 гг.);

б) административной школы (1920—1950 гг.);

в) школы человеческих отношений (1930—1950 гг.);

г) школы количественных методов (1950 г. — настоящее время).

**3. Способный менеджер в работе с людьми**

а) беспокоится о том, что они не справляются с поставленной задачей;

б) обращает внимание на то, что они хорошо делают.

**4. Классическая модель японского менеджмента предполагает организа­цию системы оплаты труда персонала на основе индивидуальных резуль­татов работы**

а) да;

б) нет.

**5. Основным критерием оценки эффективности работы менеджеров в Гер­мании является**

а) выполнение текущего плана;

б) получение прибыли;

в) повышение квалификации сотрудников;

г) организация оплаты труда персонала;

д) обеспечение производства ресурсами;

е) охрана труда.

**6. В процессе управления получение и обработка информации о состоя­нии объекта предшествуют выработке решений**

а) да;

б) нет.

**7. Верным является утверждение, что неформальные коммуникации об­ладают высокой степенью достоверности**

а) да;

б) нет.

**8. Оптимальным вариантом действий менеджера в условиях лимита вре­мени является отсутствие какого-либо решения**

а) рациональное решение;

б) интуитивное решение.

**9. Долгосрочное планирование деятельности предприятия в условиях ры­ночной экономики — это**

а) нонсенс;

б) полезно, но вряд ли возможно;

в) вполне осуществимо.

**10. В соответствии с теорией Ф.Герцберга менеджер должен использовать в качестве средств мотивации**

а) повышение уровня оплаты труда всем сотрудникам;

б) признание и одобрение результатов работы;

в) поощрение за выслугу лет;

г) улучшение условий труда.

**11. Контроллинг — это**

а) текущий контроль;

б) совокупность методов планирования, учета, анализа и контроля;

в) заключительный контроль.

**12. Можно утверждать, что инновационная деятельность менеджера яв­ляется следствием «чудесного озарения»**

а) да;

б) нет.

**13. Корпоративная культура базируется**

а) на правилах внутреннего распорядка организации;

б) национальных традициях;

в) убеждениях и ценностях, разделяемых большинством сотрудников;

г) общепринятых нормах поведения.

**14. Действия менеджера в условиях риска в первую очередь предпола­гают**

а) определение допустимого уровня риска;

б) оценку рисков;

в) выявление источников риска.

**15. Компромисс — наилучший способ разрешения конфликтной ситуации**

а) да;

б) нет.

**Вариант 3**

**1. В американской модели менеджмента характер принятия решений**

а) коллективный, на основе единогласия;

б) индивидуальный.

**2. Среду прямого воздействия как составляющую внешней среды предпри­ятия формируют следующие факторы**

а) потребители, конкуренты;

б) экономика, научно-технический прогресс.

**3. Обратная связь в коммуникационном процессе может повысить эффек­тивность обмена информацией**

а) да;

б) нет.

**4. Структура аппарата управления предприятием определяется, как пра­вило**

а) объемом работы, сложностью продукции, численностью работающих;

б) местом расположения предприятия, принадлежностью к конкретной отрасли, требованиями профсоюза.

**5. На глубоких знаниях и большом опыте работы менеджера основано сле­дующее решение**

а) организационное;

б) основанное на суждениях;

в) компромисс;

г) рациональное.

**6. Основной лимитирующий показатель в работе руководителя (менедже­ра) — спрос на продукцию предприятия — характерен**

а) для социалистической (командно-административной) экономики;

б) рыночной экономики.

**7. Элементы коммуникационного процесса — это**

а) отправитель, сообщение, канал, получатель;

б) разработка идеи, кодирование, выбор канала, передача сообщения.

**8. Менеджер должен наказывать распространителей неформальных ком­муникаций (слухов)**

а) да;

б) нет.

**9. Основным критерием продвижения по служебной лестнице в американ­ской модели менеджмента является**

а) возраст и стаж работы;

б) личный результат работы.

**10. Факторы внутренней среды предприятия — это**

а) структура, персонал, технология;

б) поставщики ресурсов, законы.

**11. Контроллинг — это**

а) текущий контроль;

б) совокупность методов планирования, учета, анализа и контроля;

в) заключительный контроль.

**12. Менеджмент как наука сформировался**

а) в средние века;

б) в конце XIX — начале XX в.;

в) после Второй мировой войны.

**13. Мотивация труда — это**

а) планирование деятельности на перспективу;

б) организация работы коллектива;

в) формирование необходимых стимулов;

г) подведение итогов.

**14. Создание менеджером его подчиненным необходимых условий для профессионального роста, предоставление ответственной работы позво­ляет удовлетворить их**

а) первичные потребности

б)вторичные потребности

в) одновременно те и другие.

**15. Делегированием в менеджменте является не только передача полно­мочий, но и ответственности подчиненным**

а) да;

б) нет.

**Раздел 3 «Основы маркетинга»**

**Вариант № 1**

**1. К каналам личной коммуникации можно отнести**

а) общение одного лица с аудиторией;

б) прямую почтовую рекламу;

в) рекламу по телевидению;

г) печатную рекламу.

**2. Прямой маркетинг - это**

а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;

б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;

в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;

г) благожелательное представление товара в СМИ.

**3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению**

а) товары импульсной покупки

б) товары особого спроса

в) товары постоянного спроса

г) товары предварительного выбора

д) товары пассивного спроса

**4. Затраты фирмы на рекламу составляют**

а) 1 % от суммы продаж;

б) 2-10 % от суммы продаж;

в) 20 % от суммы продаж;

г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.

**5. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить**

а) потребность в любви;

б) потребность в безопасности;

в) физиологические потребности;

г) потребность в саморазвитии.

**6. Что является главным в определении маркетинг**

а) сбыт товара;

б) снижение издержек производства;

в) удовлетворение потребностей потребителей;

г) установление цены товара;

**7 . Главное отличие пропаганды от рекламы в**

а) ее платности;

б) ее личном характере;

в) ее общественном характере;

г) она не оплачивается.

**8.Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из**

а) пяти элементов;

б) шести элементов;

в) девяти элементов;

г) трех элементов.

**9. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи**

а) географическому;

б) демографическому;

в) поведенческому.

**10. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть**

**а) реклама;**

б) стимулирование сбыта;

в) обратная связь;

г) все перечисленные.

**Вариант № 2**

**1.Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами**

а) прямого маркетинга;

б) пропаганды;

в) рекламы;

г) стимулирования сбыта.

**2. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка**

а) изучение товара;

б) изучение рынка;

в) изучение покупателей;

г) изучение конкурентов.

**3. Технология паблик рилейшнз включает**

а) анализ, исследования и постановку задач;

б) разработку программы и сметы;

в) осуществление программы оценку результатов и доработку программы;

г) все вышеперечисленное.

**4. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления**

а) на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее

б) спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления

в) спрос на товары резко меняется

**5. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы**

а) кабинетное исследование;

б) панельное исследование;

в) полевое исследование;

**6. К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести**

а) значительный практический опыт агентства;

б) сотрудники заинтересованы в успех мероприятий;

в) экономию средств;

г) все вышеперечисленное.

**7.Паблик рилейшнз это**

а) специализированные выставки;

б) персональные продажи;

в) связи с общественностью;

г) пропаганда.

**8. Вы купили машину. К какому виду товара она относится**

а) товар личного потребления;

б) товар массового спроса;

в) товар предварительного выбора;

г) товар особого спроса

**9. Обратная связь это**

а) часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя;

б) набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями;

в) процесс, в ходе которого получатель придает значение символам,  
переданным отправителем;

г) информация, которую отправитель передает получателю.

**10.  К стимулированию сбыта можно отнести**

а) конкурсы с подарками;

б) беспроигрышные лотереи;

в) зачетные купоны, скидки;

г) все вышеперечисленное.

**Вариант № 3**

**1. Метод сбора первичной информации это**

**а)** эксперимент;

б) работа с научной литературой;

в) работа со статистическими данными;

г) работа с документацией предприятия;

**2.Участие в международных выставках позволяет**

а) снизить издержки производства;

б) привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы - создать свой имидж, заключать контракты;

в) стимулировать деловых партнеров;

г) определить эффективность рекламы.

**3.Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях**

а) постоянного спроса;

б) колебания спроса на услуги;

в) колебания предложения услуг;

г) равновесия между спросом и предложением на услуги.

**4. Атрибутом позиционирования является**

а) количество сотрудников на предприятия;

б) цена;

в) мощность предприятия;

г) широта ассортимента выпускаемой продукции.

**5. К услугам более применимы следующие средства стимулирования**

а) реклама;

б) пропаганда;

в) стимулирование сбыта;

г) личная продажа.

**6. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда**

а) человек удовлетворяет ее;

б) она достигает максимального уровня;

в) в процессе ее удовлетворения;

г) с момента ее появления.

**7. Стратегия диверсификации это**

а) проникновение на новые рынки со старым товаром;

б) проникновение на новые рынки с новым товаром;

в) включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

**8. Эффективность «Директ мэйл» составляет**

а) 10%;

б) 20 %;

в) 15%;

г) 7%.

**9.В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии**

а) неосведомленности;

б) осведомленности;

в) благорасположения;

г) знания.

**10. Позиционирование рынка это-**

а) определение места для своего товара в ряду аналогов;

б) сегментирование рынка;

в) широкомасштабная рекламная кампания;

**4.3. Система оценивания**

Система оценивания включает оценку текущей работы на лекциях и семинарских занятиях, выполнение самостоятельной работы, заданий по желанию студентов, тестовую работу, аттестацию по результатам освоения дисциплины.

Текущая работа студента включает:

• индивидуальные консультации с преподавателем в течение семестра, собеседование по текущим практическим заданиям;

• подготовку к практическим занятиям, углубленное изучение отдельных тем и вопросов курса;

• выполнение самостоятельных заданий;

• подготовку к аттестации по дисциплине.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам рубежного контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Процент результативности (правильных ответов)** | **Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений** | |
| **балл (отметка)** | **вербальный аналог** |
| 90 ÷ 100 | 5 | отлично |
| 80 ÷ 89 | 4 | хорошо |
| 70 ÷ 79 | 3 | удовлетворительно |
| менее 70 | 2 | не удовлетворительно |