

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.Б.02

(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

наименование дисциплины

по направлению подготовки

**15.04.05 КОНСТРУКТОРСКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВ**

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с ФГОС ВПО/ФГОС ВО)

ОРГАНИЗАЦИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

(направленность (профиль))

Форма обучения очная

Год набора 2019

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Количество ЗЕТ	3											
Часов по РУП	108											
Виды контроля в семестрах:	Экзамены		Зачеты		Курсовые проекты		Курсовые работы		Контрольные работы (для заочной формы обучения)			
			3									
	№№ семестров											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Итого
ЗЕТ по семестрам			3									3
Лекции			8									8
Лабораторные												
Практические			16									16
Контактная работа			24									24
Сам. работа			84									84
Контроль												
Итого			108									108

Тольятти, 2019

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки магистра 15.04.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

- ☐ Отсутствует
- ☐ Учебная (рабочая) программа одобрена на заседании департамента магистратуры (протокол заседания № 2 от « 30 » августа 2018 г.).
- ☐ Рецензент

(должность, ученое звание, степень)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

« » _____ 20 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до « » _____ 201 г.

Информация об актуализации рабочей программы дисциплины:

Протокол заседания кафедры № от « » _____ 20 г.

Протокол заседания кафедры № от « » _____ 20 г.

Протокол заседания кафедры № от « » _____ 20 г.

Протокол заседания кафедры № от « » _____ 20 г.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой «Оборудование и технологии машиностроительного производства»

(выпускающей направление (специальность))

« » _____ 20 г.

(подпись)

Н.Ю.Логинов

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель департамента магистратуры

(разработавшей РПД)

« » _____ 20 г.

(подпись)

А.А. Шерстобитова

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ
дисциплины (учебного курса)
Б1.Б.02 Менеджмент и маркетинг

(индекс и наименование дисциплины (учебного курса))

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» рассматривает принципы управления предприятием на основе использования маркетинговых стратегий, является основой комплексного подхода к изучению деятельности предприятия как подсистемы взаимосвязанных рыночных бизнес-процессов. Изучение дисциплины позволит студентам сформировать навыки отбора целевых рынков и проведения маркетинговых исследований, необходимых для получения и анализа информации о наличии потенциальных потребительских предпочтений; ознакомиться с методами разработки продукции, удовлетворяющей рыночный спрос.

Освоение данной дисциплины позволит студентам неэкономических направлений подготовки ознакомиться с теоретическими основами производственного менеджмента, методами анализа внешней для предприятия экономической среды и определения ее влияния на эффективность управления и планирования внутрипроизводственных процессов

1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – формирование комплекса теоретических знаний и практических навыков решения задач, связанных с вопросами менеджмента предприятия и маркетинговых исследований в условиях рынка.

Задачи:

1. Ознакомить с основными теоретическими положениями менеджмента и методами управления предприятием в современных условиях производства.
2. Дать базовые знания по стратегическому управлению в условиях конкуренции, выбору и обоснованию конкурентных стратегий.
3. Ознакомить с принципами и методами управления персоналом предприятия.
4. Сформировать навыки выявления путей совершенствования системы менеджмента предприятия.
5. Ознакомить с основными теоретическими положениями маркетинга.
6. Сформировать навыки анализа потребительского поведения, и умение оказывать влияние на процесс принятия потребителем решения о покупке.
7. Научить использовать результаты проведенных маркетинговых исследований для разработки маркетинговых и управленческих решений.

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (учебный курс) относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» (базовая часть).

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина – «Эффективные методы организации производства».

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины – «Оперативное планирование производства», «Управление запасами товарно-материальными ценностями» и «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	<u>Знать:</u> <ul style="list-style-type: none"> - методы абстрактного мышления, обобщения, анализа, систематизации и прогнозирования; - сущность, содержание, основные понятия, принципы и функции менеджмента; - содержание, основные понятия и сущность маркетинга; - основные методы управленческого анализа и прогнозирования
	<u>Уметь:</u> <ul style="list-style-type: none"> - абстрактно мыслить, обобщать, анализировать, систематизировать и прогнозировать; - анализировать конкретные ситуации поведения потребителей; - проводить анализ и систематизацию проблемных аспектов, выявленных при исследовании рынков; - идентифицировать проблемные аспекты и факторы
	<u>Владеть:</u> <ul style="list-style-type: none"> - способностью к абстрактному мышлению, обобщению, анализу, систематизации и прогнозированию; - способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии; - культурой абстрактного мышления; - способностью к обобщению, анализу и восприятию необходимой информации; - способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- готовностью действовать в	<u>Знать:</u> <ul style="list-style-type: none"> - направления действий в нестандартных ситуациях;

нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2)	<ul style="list-style-type: none"> - методы несения ответственности за принятые решения; - принципы разработки организационной структуры управления предприятием; - методы грамотного действия в нестандартных производственных ситуациях
	<u>Уметь:</u> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях; - нести ответственность за принятые решения - разрабатывать предложения по формированию маркетинговых решений на основе анализа потребительского поведения - выбирать и обосновать конкурентные стратегии
	<u>Владеть:</u> <ul style="list-style-type: none"> - навыками действия в нестандартных ситуациях; - навыками несения ответственности за принятые решения; - навыками поиска нестандартных управленческих решений; - готовностью самостоятельного принятия управленческих решений; - методами стратегического управления в условиях конкуренции, - навыками выбора и обоснования конкурентных стратегий.

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Менеджмент	Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента
	Тема 1.2. Развитие теории и практики менеджмента
	Тема 1.3. Постановка целей и планирование в организации
	Тема 1.4. Современные тенденции развития менеджмента
	Тема 1.5. Стратегическое управление
	Тема 1.6. Коммуникации в системе управления фирмой
	Тема 1.7. Мотивация
	Тема 1.8. Принятие управленческих решений
Модуль 2. Маркетинг	Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга
	Тема 2.2. Управление маркетингом
	Тема 2.3. Виды маркетинга
	Тема 2.4. Сегментация и выбор целевых сегментов
	Тема 2.5. Позиционирование товаров
	Тема 2.6. Коммуникационная политика

Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса) – 3 ЗЕТ..

4. Структура и содержание дисциплины (учебного курса) _____ «Менеджмент и маркетинг» _____

Семестр изучения _____ 3 _____

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы							Необходимые материально-технические ресурсы	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	Рекомендуемая литература (№)
		Контактная работа (в часах)					Самостоятельная работа				
		всего			в т.ч. в интерактивной форме	Формы проведения лекций, лабораторных, практических занятий, методы обучения, реализующие применяемую образовательную технологию	в часах	формы организации самостоятельной работы			
		лекций	лабораторных	практических							
Модуль 1. Менеджмент	Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента	2				Проблемная лекция	6	Изучение литературы по теме	Медиаоборудование, видео материалы	Реферат, Тест	1-8
	Тема 1.2. Развитие теории и практики менеджмента			2		Работа в группах	6	Изучение литературы по теме	Доска белая маркерная, мультимедийные материалы, раздаточный материал	Реферат, Кейс- задача, Тест	1-8
	Тема 1.3. Постановка целей и планирование в организации			2		Работа в группах	6	Изучение литературы по теме	Доска белая маркерная, мультимедийные материалы, раздаточный материал	Реферат, Кейс- задача, Тест	1-8
	Тема 1.4. Современные тенденции развития менеджмента	2				Проблемная лекция	6	Изучение литературы по теме	Медиаоборудование, видео материалы	Реферат. Тест	1-8
	Тема 1.5. Стратегическое управление.			2		Работа в группах	12	Изучение литературы по теме	Доска белая маркерная, мультимедийные	Реферат, Кейс- задача,	1-8

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы							Необходимые материально-технические ресурсы	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	Рекомендуемая литература (№)
		Контактная работа (в часах)					Самостоятельная работа				
		всего			в т.ч. в интерактивной форме	Формы проведения лекций, лабораторных, практических занятий, методы обучения, реализующие применяемую образовательную технологию	в часах	формы организации самостоятельной работы			
		лекций	лабораторных	практических							
	Позиционирование товаров							литературы по теме	маркерная, мультимедийные материалы, раздаточный материал	Расчетная задача, Тест	
	Тема 2.6. Коммуникационная политика предприятия			2		Проблемный семинар	6	Изучение литературы по теме	Доска белая маркерная, мультимедийные материалы, раздаточный материал	Реферат, Кейс-задача, Тест	1-8
Итого:		8		16			84				
		108									

5. Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Кейс-задача	Допускаются все	Кейс-задачи, выполненные на каждом практическом занятии, оцениваются отдельно: «зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы; «не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.
Расчетная задача	Допускаются все	Задачи, выполненные на каждом практическом занятии, оцениваются отдельно: «зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы; «не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.
Реферат	Допускаются все	«зачтено» – в реферате полностью раскрыта выбранная тема и сделано соответствующее заключение; «не зачтено» – реферат не написан.
Тест	Допускаются все	«зачтено» – получены правильные ответы на 2/3 и более вопросов; «не зачтено» – получены правильные ответы на 1/3 и менее вопросов.

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
Зачет (устно-письменная форма)	Допускаются студенты, написавшие реферат и выполнено 2 расчетные задачи	«зачтено»	Студент свободно владеет теоретическими знаниями по дисциплине. При ответе на вопросы продемонстрировал глубокие знания и дал полные и развернутые ответы на все вопросы билета
		«не зачтено»	Студент не владеет теоретическими знаниями по дисциплине. В ходе экзамена он не смог ответить ни на один вопрос билета.

6. Критерии и нормы оценки курсовых работ (проектов)

Учебным планом курсовая работа (проект) не предусмотрена

7. Примерная тематика письменных работ (курсовых, рефератов, контрольных, расчетно-графических и др.)

№ п/п	Темы рефератов
1	SWOT-анализ, его сущность, цель, содержание
2	Анализ внешней среды деятельности муниципальных образований (на конкретном примере)
3	Анализ покупательского поведения на основе концепции жизненного стиля
4	Анализ состояния внешней среды деятельности промышленных предприятий, работающих на российском рынке
5	Анализ состояния внешней среды деятельности торговых предприятий, работающих на российском рынке
6	Анализ состояния внешней среды финансовых структур, работающих на российском рынке
7	Анализ товарной стратегии конкретного предприятия
8	Возможности управления розничными продажами
9	Выбор целевых рынков (сегментов): обзор и анализ основных подходов
10	Государственное регулирование цен: мировой и российский опыт
11	Государственный маркетинг
12	Использование скидок в ценовой политике предприятия и их влияние на деятельность предприятия
13	Каналы товародвижения: понятие, классификация их видов. Факторы, влияющие на выбор оптимального варианта каналов товародвижения
14	Коммуникации на современном рынке: теория вопроса
15	Конкурентная среда: критерии оценки
16	Критерии, стратегии, основные этапы и методы выбора целевого рынка (сегмента)
17	Личная продажа как способ продвижения товара на рынок: особенности применения
18	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: особенности применения
19	Маркетинг в рекламном бизнесе
20	Маркетинг в социальной сфере
21	Маркетинг в страховом бизнесе
22	Маркетинг во внешнеэкономической деятельности
23	Маркетинг гостиничного хозяйства
24	Маркетинг кадрового обеспечения
25	Маркетинг на рынке изделий народных промыслов
26	Маркетинг персонала организации
27	Маркетинг территорий как объектов продаж
28	Маркетинг услуг
29	Методы манипуляции потребительским поведением
30	Проблемы поиска оптимального сочетания перспективных товаров и текущих доходов
31	Процесс контроля в системе менеджмента компании
32	Финансовый менеджмент
33	Характеристики эффективного контроля
34	Оперативный и стратегический контроллинг
35	Групповая динамика в менеджменте
36	Типы поведения в группах и лидерство
37	Стили руководства
38	Ситуационные подходы к эффективному руководству
39	Развитие неформальных организаций и их характеристики
40	Эффективность работы формальных групп
41	Смысл и эволюция понятия мотивация

42	Современные теории мотивации
43	Содержательные теории мотивации
44	Процессуальные теории мотивации
45	Мотивация и компенсация
46	Власть, влияние, лидерство
47	Формы власти и влияния
48	Влияние на основе убеждения и участия
49	Теории лидерства
50	Понятие и содержание конфликта
51	Методы и способы разрешения конфликтов
52	Управление конфликтами
53	Типы и причины конфликтов
54	Природа и понятие стресса
55	Управление стрессами
56	Сферы и виды культуры предпринимательства
57	Корпоративная культура и успех предпринимательства
58	Деловой этикет менеджера и ответственность
59	Сущность эффективности управления
60	Управленческий контроль: формы и средства реализации

8. Вопросы к зачету

№ п/п	Вопросы
1	Что является сущностью управления?
2	Какими качествами должен обладать современный руководитель?
3	Какие изменения происходят в функциях менеджера и его навыках по мере продвижения по иерархической лестнице?
4	Что является ключевым фактором в любой модели управления? Чем является управление с точки зрения процессного подхода?
5	В чем суть ситуационного подхода к управлению?
6	В чем причина сложности и неопределенности теорий менеджмента?
7	В чем сходство среды прямого воздействия банка и государственного фонда социального страхования? В чем заключается их различия?
8	Какие факторы побуждают международные организации к выходу на рынки менее развитых стран?
9	В чем состоят преимущества и недостатки различных стратегий выхода на зарубежные рынки?
10	Какие причины обуславливают важность «деловой этики» для успеха организаций?
11	Какой подход к принятию этически корректных решений в наибольшей степени подходит для решения этических дилемм?
12	В чем сущность и взаимосвязь функций управления? Какова роль планирования в менеджменте?
13	Дайте определение понятия «стратегия фирмы». В чем состоят преимущество разработки стратегии организации?
14	В чем заключаются отличия корпоративной стратегии и конкурентной?
15	Какие ключевые факторы влияют на выбор стратегии фирмы?
16	Какие деловые и политические факторы уравнивают централизацию и децентрализацию?
17	Какими деловыми качествами должны обладать матричные руководители и сотрудники?
18	Почему крупные корпорации, как правило, организованы в дивизиональные структуры?
19	Зависит ли структура организации от ее стратегии?
20	Опишите суть мотивации как функции управления?
21	В чем разница между содержательными и процессуальными теориями мотивации?
22	Опишите этапы процесса контроля. Приведите примеры из собственного опыта организационной работы.
23	В чем состоят различия между бюрократическим и децентрализованным контролем?
24	Почему качество коммуникаций влияет на выполнение работы в организации?
25	Опишите элементы коммуникационного процесса на примере общения между преподавателем и студентами на занятии.
26	Почему принятие решений считается фундаментом эффективной работы менеджера?
27	Что такое «групповые нормы»? Какие нормы существовали в группах, в деятельности которых вы принимали участие?
28	Через какие пять стадий развития проходит группа? Что с ней происходит на каждой стадии?
29	В чем заключаются недостатки командной работы?
30	Зависят ли методы влияния от специфики страны, в которой они применяются?
31	Каким образом деятельность по планированию, подготовке, оценке рабочей силы и оплате труда может быть связана со стратегией организации?
32	Чем объясняется необходимость планирования и прогнозирования в сфере управления человеческими ресурсами?
33	В чем состоят различия между производственной компанией и организацией сферы услуг? Какая из них в большей мере нуждается в операционном менеджменте?
34	Каким образом информационная технология меняет способы структуризации компаний и методы построения работы?
35	Какие критерии должны применяться для определения эффективности информационной системы?
36	В чем состоят различия понятий «производительность» и «эффективность»? Какое из них вы

№ п/п	Вопросы
	считаете приоритетным?
37	Какие факторы определяют эффективность управления? Какова роль управленческого персонала в успешном менеджменте?
38	Дайте определение маркетинга как науки, его социальные основы, цели и задачи?
39	Назовите исторические этапы формирования маркетинга как науки?
40	В чем задача управления маркетингом, цели маркетинговой деятельности?
41	Какие принципы и концепции современного маркетинга.
42	Что такое рынок? Рынок как объект маркетинга. Емкость, конъюнктура, доля рынка. Классификация рынков и товаров.
43	В чем отличия между потребительским рынком и рынком предприятий.
44	Назовите основные критерии, условия и методы сегментации рынка. Понятие целевого рынка.
45	Дайте понятие рыночного окна и рыночной ниши? Позиционирование продукта на рынке.
46	Что такое торговая марка (фирменный знак, товарный образ, торговый знак)?
47	Маркетинговое понимание товара и качество товара?
48	Классификация товаров (потребительские товары и товары производственного назначения).
49	Этапы (фазы) жизненного цикла товаров?
50	Как осуществляется формирование товарной политики предприятия?
51	Стратегический курс товарной политики предприятия?
52	Задачи ассортиментной политики предприятия?
53	Конкурентоспособность и качество продукции, их место в стратегии маркетинга?
54	Цена в рыночной экономике и её функции? Процесс ценообразования, его этапы.
55	Сбытовая политика предприятия, методы сбыта? Коммуникационная политика предприятия?
56	Реклама и её роль в коммуникационной политике? Массовая реклама? Планирование рекламной компании.
57	Сервисная политика предприятия? Сервисное обслуживание. Стимулирование сбыта товара.
58	Содержание и организация маркетинговых исследований? Этапы маркетингового исследования рынка.
59	Контроль маркетинговой деятельности, его содержание, задачи.
60	Планирование маркетинговой деятельности? Планирование на основе маркетинговых исследований. Глобальные направления маркетинговой стратегии.

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

9.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Теоретические основы менеджмента	ОК-1	Реферат, Тест
2	Развитие теории и практики менеджмента	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
3	Постановка целей и планирование в организации	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
4	Современные тенденции развития менеджмента	ОК-1	Реферат, Тест
5	Стратегическое управление	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
6	Коммуникации в системе управления фирмой	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
7	Мотивация	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
8	Принятие управленческих решений	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
9	Теоретические основы маркетинга	ОК-1	Реферат, Тест
10	Управление маркетингом	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
11	Виды маркетинга	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
12	Сегментация и выбор целевых сегментов	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
13	Позиционирование товаров	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
14	Коммуникационная политика предприятия	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
15	Все темы дисциплины «Менеджмент и маркетинг»	ОК-1, ОК-2	Вопросы к промежуточной аттестации (зачету); Итоговое тестирование

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

9.2.1. Рефераты

Рефераты направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

1. Методические указания по написанию рефератов.

Реферат состоит из следующих разделов: введения, основной части (количество подразделов не ограниченное, главное, чтобы тема была раскрыта), заключения, библиографического списка (количество источников от 15 до 30, с годом издания не старше 5 лет) и приложения (при необходимости).

Объем реферата составляет 20 – 30 страниц.

Оригинальность текста не менее 50%.

2. Темы рефератов

Краткий перечень тем рефератов:

1. SWOT-анализ, его сущность, цель, содержание.
2. Анализ внешней среды деятельности муниципальных образований (на конкретном примере).
3. Анализ покупательского поведения на основе концепции жизненного стиля
4. Анализ состояния внешней среды деятельности промышленных предприятий, работающих на российском рынке.
5. Анализ состояния внешней среды деятельности торговых предприятий, работающих на российском рынке.
6. Эффективность работы формальных групп.
7. Смысл и эволюция понятия мотивация.
8. Современные теории мотивации.
9. Содержательные теории мотивации.
10. Процессуальные теории мотивации.

Полный список тем состоит из 60 вариантов, охватывающих разные сферы в области маркетинга и менеджмента, и представлен в разделе 7 данной рабочей программы дисциплины.

3. Критерии и нормы оценки рефератов

«зачтено» – в реферате полностью раскрыта выбранная тема и сделано соответствующее заключение;

«не зачтено» – реферат не написан.

9.2.2. Кейс-задачи

Кейс-задачи направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По теме 1.2 «Развитие теории и практики менеджмента»

Задания на практическое занятие 1

Задания на практическое занятие 1 направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 1.1. Изучив раздаточный материал с представленной ситуацией об отношении к своей работе, ответьте на поставленные вопросы:

1. Как бы Вы могли охарактеризовать каждую героиню ситуации как личность?
2. Что можно сказать о каждой из девушек с позиции того, как они относятся к фактам и событиям, изложенным в ситуации, как они описывают свою работу и отношения по работе?
3. Как бы Вы оценили удовлетворенность работай Лиды и Анны?
4. Кто из них больше доволен своей работой в целом и почему?
5. Что можно сказать о том, как их менеджеры управляют сложившейся в компаниях ситуацией, а также об этическом поведении этих менеджеров?

Кейс-задача 1.2. Изучив раздаточный материал с представленной ситуацией о необходимости сделать выбор между качеством и сделкой, необходимо ответьте на вопрос: «Что делать?»

1. Попытаться договориться с покупателями о продлении срока использования контракта и довести качество продукта до нормы?
2. Рискнуть, в конце концов, это сделка – «первый блин», а наши инженеры «не лаптем щи хлебают».

Проинформировать покупателя о возникших проблемах, и будь, что будет.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 1.3 «Постановка целей и планирование в организации»

Задания на практические занятия 2.

Задания на практическое занятие 4 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 2.1. Изучив 4 ситуации про автомобильную компанию «ФОРД», представленные в раздаточном материале, ответьте на поставленные вопросы:

1. Как бы охарактеризовали компанию «ФОРД» с точки зрения ее взаимодействия с внешним окружением?

2. В чем принципиально изменился подход компании «ФОРД» к взаимодействию с внешней средой в начале 90-х годов?

3. Почему Г. Форда называют великим руководителем? Какие еще из великих руководителей бизнеса Вы знаете?

4. Каких управленческих принципов и концепций придерживался Г. Форд?

Каких принципов и концепций придерживаются современные руководители российских компаний?

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По темам 1.5 «Стратегическое управление» и 1.6 «Коммуникации в системе управления»

Задания на практическое занятие 3

Задания на практическое занятие 3 направлены на формирование компетенции:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 3.1. Используя аналитический и графический методы расчета безубыточности производства, согласно заданию по варианту, представленному в раздаточном материале, определить:

- безубыточную программу выпуска продукции;
- прибыль от реализации заданной продукции.

Кейс-задача 3.2. Используя маржинальный метод определения безубыточности и исходных данные задачи 1, определить планируемый объем производства продукции в расчетный период, для получения желаемой прибыли, представленной в таблице 2 раздаточного материала.

Кейс-задача 3.3. Используя исходные данные задачи 1 и результаты расчета задач 1 и 2, определить:

- безубыточную цену продукции;
- безубыточную цену, чтобы обеспечить спрос на нее;
- планируемую цену, чтобы получить желаемую прибыль.

Кейс-задача 3.4. Предприятие планирует выпуск новой продукции в заданном объеме, для этого ему необходим материал в определенном количестве. Также предприятие

предъявляет требования по цене материала, упаковке, периодичности поставки, минимальной партии поставки, форме расчета и др.

Используя бальную систему и предлагаемые условия потенциальными поставщиками, представленные в раздаточном материале, необходимо выбрать поставщика, максимально удовлетворяющего требованиям предприятия-заказчика.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По темам 1.7 «Мотивация» и 1.8 «Принятие управленческих решений»

Задания на практическое занятие 4

Задания на практическое занятие 3 направлены на формирование компетенции:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 4.1. Изучив представленные управленческие ситуации, необходимо выбрать правильный вариант действий.

Ситуация 1. С недавнего времени Вы работаете начальником большого цеха. Проходя в свой кабинет, Вы видите на площадке несколько оживленно беседующих рабочих. Проходя через 20 минут в цех, Вы вновь наблюдаете ту же картину.

Как вы будете действовать?

1. Потребую прекратить разговор и предупрежу о недопустимости такого поведения.

2. Пройду мимо беседующих рабочих, а затем вызову мастера и выражу ему свое недовольство.

3. Подойду к рабочим и запишу их фамилии, объявлю по цеху замечание в приказе. Предупрежу о более строгом наказании при повторном нарушении.

4. Сделаю рабочим замечание и предложу немедленно вернуться на рабочие места.

5. Подойду к беседующим, и постараюсь выяснить, о чем они говорят, какой работой занята из бригада, какова загрузка в данный момент. Вызову мастера для выяснения положения с работой в бригаде и только после этого буду принимать решение.

Ситуация 2. Вы – старший мастер или начальник участка. С одним из молодых рабочих у Вас возник конфликт из-за того, что он работал на новом, незнакомом для него станке с полуавтоматическим управлением, а операции выполнял по старому.

Как Вы будете вести себя в данном случае?

1. Пока никаких действий по отношению к рабочему предпринимать не буду, подожду, может быть, он еще пойдет учиться.

2. Переведу на более простую, но нижеоплачиваемую работу.

3. Найду в коллективе опытного рабочего, который сумеет убедить его начать учиться и покажет наиболее рациональные приемы работы.

4. Попытаюсь уговорить его изменить отношение к работе и выполнять мои советы.

5. Поставляя вопрос о нем на рабочем собрании коллектива.

Ситуация 3. Вы – начальник цеха. Экономист Вашего цеха обратился к администрации завода с заявлением о том, что в цехе допускаются частые нарушения финансовой дисциплины. В связи с этим дирекцией назначена специальная комиссия для проверки. Вы ждете вызова комиссии. По стечению обстоятельств, в день начала работы комиссии экономист нарушает трудовую дисциплину (опаздывает на работу на 25 минут).

Как Вы отнесетесь к поведению экономиста?

1. Вызову экономиста и потребую у него объяснений по поводу нарушений трудовой дисциплины.

2. За нарушение трудовой дисциплины объявлю экономисту замечание или выговор в приказе по цеху.

3. Подожду до конца рабочего дня. Если экономист сам не придет и не объяснит причины своего опоздания на работу, попрошу его зайти и потребую объяснений, после чего приму решение.

4. В данной ситуации главное для меня – работа комиссии и ее выводы, а не опоздание экономиста. Экономист, может быть, сам объяснит причины опоздания.

5. Подожду результатов работы комиссии, потом решу, как поступить с экономистом.

Ситуация 4. Вы – начальник смены или мастер, работаете во вторую смену. В проходной Вам встретился технолог цеха и сказал, что работник Вашего участка (смены) пришел на работу в нетрезвом состоянии и не следует допускать его к работе. Однако был конец месяца и нужно выполнять план, а заменить этого рабочего некем.

Что Вы будете делать?

1. Отстраню его от работы и наложу взыскание.

2. О случившемся сразу же доложу начальнику цеха. Буду ждать его указаний.

3. Отстраню его от работы. Сам встану на его рабочее место. Поведение его со всей строгостью обсудим на рабочем собрании.

4. Попрошу рабочего из первой смены отработать за него сверхурочно, а виновный будет наказан.

5. Допущу его к работе и буду наблюдать за ним во избежание несчастного случая. После окончания смены обсудим его поведение.

Ситуация 5. Вы – начальник цеха. В ночную смену один из рабочих Вашего цеха, будучи в нетрезвом состоянии, сломал дорогостоящую оснастку. Пытаясь отремонтировать ее, другой рабочий получил серьезную травму. Об этом Вам сообщил сменный мастер по телефону.

Что Вы, ему ответе?

1. Составьте акт экспертизы и акт поломки оборудования. Завтра доложите.

2. Без меня ничего не предпринимать. Я сейчас приеду, и на месте разберемся во всем.

3. Действуйте как сочтете необходимым, так как Вы сейчас замещаете меня. А завтра я сам разберусь.

4. Потребую вызвать скорую помощь к пострадавшему, а все документы о случившемся оформить потом, доложить о состоянии пострадавшего.

5. Действуйте согласно инструкции.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.6 «Коммуникационная политика предприятия»

Задания на практические занятия 8.

Задания на практическое занятие 8 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 8.1. Фирма действует в регионе, состоящем из четырех районов. Для каждого региона известны: изменения в условиях реализации нового товара; интенсивность покупок товара одним покупателем в год; потеря доли рынка в результате конкуренции производителей товара; издержки на исследование рынка в каждом районе. Исходные данные представлены в раздаточном материале.

Определить:

- район, на котором фирме выгоднее всего продавать новый товар;
- какова будет величина объема чистых продаж.

Кейс-задача 8.2. На данном сегменте рынка конкурируют три фирмы, каждая из которых имеет свое количество покупателей. В конце мая, июня, июля и августа были проведены обследования мнения покупателей по товарам, которые продают все три фирмы. В результате опроса были получены определенные данные, представленные в раздаточном материале.

Определить:

- показатели лояльности покупателей торговым маркам фирмы, проценты потока и оттока их покупателей;
- доли рынка фирм на рассматриваемые периоды;
- проанализировать складывающуюся тенденцию и сделайте заключение.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

9.2.3. Расчетные задачи

Расчетные задачи направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По теме 2.2 «Управление маркетингом»

Задания на практические занятия 5.

Задания на практическое занятие 5 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 5.1. Используя исходные данные по величине спроса и предложения, а также цену товара, представленные в раздаточном материале, необходимо:

- определить рыночную цену;
- определить равновесное количество материалов;
- решение представить в графическом виде.

Задача 5.2. Используя исходные данные по величине спроса, величине дохода потребителей и цене товара, представленные в раздаточном материале, необходимо:

- рассчитать коэффициент эластичности по цене;
- рассчитать коэффициент эластичности по доходу.

Задача 5.3. Используя рассмотренную методику и исходные данные по цене товара, объему продаж, величине постоянных и переменных издержек провести анализ эффективности производства по двум вариантам.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.4 «Сегментирование и выбор целевых сегментов»

Задания на практические занятия 6.

Задания на практическое занятие 6 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 6.1. Используя данные маркетинговых исследований, представленные в раздаточном материале, провести:

- сегментирование рынка по двум критериям;
- определить границы целевого рынка и его долю в общем объеме продаж;
- выбрать сегменты, на которые предприятию следует направить максимальные усилия и ресурсы;
- решение представить в графическом виде.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.5 «Позиционирование товаров»

Задания на практические занятия 7.

Задания на практическое занятие 7 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 7.1. Используя методику сравнительной оценки качественных и стоимостных параметров, а также параметры оцениваемого товара, представленных в раздаточном материале, необходимо:

- изучить информацию о товаре, целевом рынке и конкурирующих товарах;
- ознакомиться с методикой анализа конкурентоспособности товара;
- выявить конкурирующий товар;
- оценить показатели конкурентоспособности трех марок товара;
- основываясь на результатах анализа уровня конкурентоспособности данных товаров, выбрать один, который в наибольшей степени соответствует условиям целевого рынка.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

9.2.4. Тесты

Тесты направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По модулю 1 «Менеджмент»

Тест состоит из 50 вопросов. Вопросы с 1 по 25 направлены на формирование компетенции «ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; вопросы с 26 по 50 – направлены на формирование компетенции «ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Примерные тестовые задания

1. Какое государство является родиной менеджмента?
 - а. Франция
 - б. США
 - в. Россия
 - г. Англия
 - д. Германия
2. Когда менеджмент выделился в самостоятельную область знаний?

- а. в XIX в.
- б. в XVIII в.
- в. на рубеже XIX и XX вв.
- г. в середине XX в.

3. Что такое менеджмент?

- а. теория и практика управления
- б. главный принцип управления
- в. исключительно теория управления
- г. исключительно практика управления

4. Чьё учение стало основным теоретическим источником современных концепций менеджмента?

- а. А. Файоля
- б. Ф. Тейлора
- в. М. Фоллетт
- г. Д. Гетти

5. Представители какой научной школы, в качестве основного объекта исследования имели эффективное использование человеческих ресурсов?

- а. классической или административной
- б. школа научного управления
- в. школы науки управления или количественный подход
- г. школа поведенческих наук
- д. школы человеческих отношений

6. Представители какой научной школы, впервые описали принцип управления – единоначалие?

- а. классической или административной
- б. школа научного управления
- в. школы науки управления или количественный подход
- г. школа поведенческих наук
- д. школы человеческих отношений

7. Что такое управление?

- а. специфическое взаимодействие субъекта и объекта управления
- б. воздействие субъекта на объект управления
- в. подчинение объекта субъекту управления

8. Каковы общие методы управления?

- а. административные, экономические и социально-психологические
- б. воспроизводственные и маркетинговые
- в. сетевые и балансовые
- г. законодательные и нормативные

9. Что включает в себя система управления в элементарном виде?

- а. принципы, методы и функции управления
- б. совокупность органов управления
- в. субъект, объект управления и связи
- г. совокупность объектов управления

10. Что такое субъект управления?

- а. орган, осуществляющий управленческие воздействия

- б. любой орган в системе управления
- в. орган, воспринимающий управленческие воздействия человека

11. Что такое методы управления?

- а. закономерности управления
- б. основные правила управления
- в. управленческие законы
- г. способы воздействия субъекта на объект
- д. методы работы менеджеров

12. Что такое процесс управления?

- а. последовательная деятельность менеджера
- б. совокупность непрерывных, взаимосвязанных функций
- в. совокупность принципов и методов управления

13. Какие методы управления получили у нас в последние годы наибольшее развитие?

- а. административные
- б. экономические
- в. социально-психологические
- г. балансовые
- д. сетевые

14. Что такое функция управления?

- а. управленческая деятельность
- б. обособленный вид управленческой деятельности
- в. должностная обязанность менеджера

15. Кто стоял у истоков школы научного управления?

- а. А. Файоль
- б. Д. Гетти
- в. М. Фоллетт
- г. Ф. Тейлор
- д. Э. Мейо

16. Кто из ученых, внес наибольший вклад в развитие классической, или административной школы управления?

- а. А. Файоль
- б. Д. Гетти
- в. М. Фоллетт
- г. Ф. Тейлор
- д. Э. Мейо

17. Представители какой научной школы, ратовали за повышение заботы руководителей о подчиненных?

- а. школы поведенческих наук
- б. школы человеческих отношений
- в. школы научного управления
- г. административной школы
- д. школы науки управления или количественный подход

18. На чём основываются социально-психологические методы управления?

- а. на материальном интересе работника
- б. на законодательных и нормативных актах
- в. на морально-психологическом климате

г. на воздействии на сознание и социальные условия.

19. Исследования ученых, какой школы, базировались на использовании данных точных наук?

- а. школы поведенческих наук
- б. школы человеческих отношений
- в. школы научного управления
- г. административной школы
- д. школы науки управления или количественный подход

20. Какие функции управления называют общими?

- а. производство, маркетинг, финансы
- б. планирование, организация, мотивация, контроль, координация
- в. предпринимательство, производство, инновации, информация

Критерии и нормы оценки тестов

«зачтено» – получены правильные ответы на 2/3 и более вопросов;

«не зачтено» – получены правильные ответы на 1/3 и менее вопросов.

По модулю 2 «Маркетинг»

Тест состоит из 50 вопросов. Вопросы с 1 по 25 направлены на формирование компетенции «ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; вопросы с 26 по 50 – направлены на формирование компетенции «ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Примерные тестовые задания

1. Компания, которая предлагает множество различных продуктов с разным уровнем качества на нескольких рынках, хочет обезопасить себя от такой ситуации, когда имя и репутация организации будут связываться с конкретными продуктами. Какую политику в отношении торговых марок следует проводить в таком случае?

- а. индивидуальные марки
- б. марки для групп товаров
- в. зонтиковая маркировка

2. Рекламное объявление помещено в определённом журнале. Этот журнал в среднем покупают и / или читают 100 000 человек. Из них 60 000 человек принадлежат к целевой группе, на которую ориентировано данное объявление. Оценки показывают, что эти 60 000 человек составляют около 50% от всей целевой группы. Какое из приведенных ниже утверждений является верным?

- а. покрытие (целевой группы) составляет 50%
- б. покрытие (целевой группы) составляет 60%

3. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению фабрики "Красный Октябрь"?

- а. банк обслуживающий фабрику
- б. поставщик упаковочных материалов
- в. налоговая полиция

г. компания, закупающая продукцию фабрики

4. Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

- а. специальные купоны на упаковке
- б. бесплатные образцы;
- в. распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь
- г. демонстрация (образцов товаров)

5. При вычислении оптимального объема заказов учитываются следующие факторы:

- а. спрос, время, издержки
- б. затраты на хранение, накладные расходы на оформление заказа, время и спрос
- в. время, затраты на хранение, затраты на обработку, спрос
- г. расходы на оформление заказа, поставка, расходы на ведение учета, время

6. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- а. поведение покупателей при покупке
- б. поведение покупателей после покупки
- в. восприятие продуктов потребителями
- г. намерение потребителей совершить покупку

7. Компания рассматривает перспективы вывода на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 2,4 млн. долл. в год. При продажной цене 20 долл. за одно изделие точка безубыточности по оценкам будет достигнута при годовом объеме продаж в 400 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности?

- а. 2 долл.
- б. 14 долл.
- в. 16 долл.
- г. 8 долл.
- д. 100 долл.

8. Какая из перечисленных ниже групп обладает следующими характеристиками: высокое социальное положение, они являются лидерами мнений для других групп и узнают о новинках с помощью средств массовой информации?

- а. новаторы
- б. рано одобряющие
- с. раннее большинство
- д. позднее большинство

9. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?

- а. чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании
- б. между сегментами должна быть существенная разница
- в. должна существовать возможность свободного доступа к сегментам
- г. компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объем сбыта для сегмента

10. Процесс коммуникаций включает несколько элементов. Что из перечисленного ниже не является элементом процесса коммуникаций?

- а. предложение
- б. канал (средство)
- в. обратная связь
- г. ответная реакция

11. Как называется метод ценообразования, при котором цену устанавливают на X% выше издержек производства?

- а. целевое ценообразование
- б. ценовая дискриминация
- в. ценообразование на базе спроса
- г. ценообразование «издержки плюс надбавка»

12. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию?

- а. проникновение на рынок
- б. развитие рынка
- в. диверсификация
- г. развитие продукта

13. Диско-клуб «Гавана» выдает посетителям специальные дисконтные карты. Владелец карты при каждом пятом посещении имеет право на 25% скидку с цены входного билета. Какова цель такого нововведения?

- а. увеличить степень проникновения
- б. увеличить число посещений
- в. увеличить среднюю продолжительность визита
- г. повысить степень узнаваемости марки

14. Если предприятие принимает решение активно действовать на двух сегментах рынка (или большем числе) и разрабатывает различные продукты и/или маркетинговые программы для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- а. агрегированный маркетинг
- б. дифференцированный маркетинг
- в. концентрированный маркетинг
- г. недифференцированный маркетинг

15. 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. Дилер должен сделать выбор между:

- а. развитием продукта и диверсификацией
- б. проникновением на рынок и развитием продукта
- в. интеграцией и развитием рынка
- г. проникновением на рынок и развитием рынка

16. Основная причина того, что спрос на изделия производственного назначения обладает меньшей эластичностью по цене по сравнению с потребительскими товарами, заключается в том, что:

- а. он относится к производному спросу
- б. цена является (относительно) менее важным фактором
- в. объём закупок значительно выше
- г. решения о покупках принимаются более профессионально

17. В отделе сбыта работает 5 человек, включая Коммерческого Директора. Всего в компании работает 15 человек, включая 2 водителей. Генеральный Директор курирует продажи и лично заключает договора с крупными корпоративными клиентами. Какова доля сбытового подразделения в общем количестве?

- а. менее $\frac{1}{3}$
- б. $\frac{1}{3}$
- в. более $\frac{1}{3}$

18. Ваш главный конкурент сбросил цены на 20%. 2 месяца назад конкурент куплен новыми собственниками. Месяц назад в эту компанию назначен новый генеральный – варяг. Что это может быть:

- а. ценовая война
- б. избавление от запасов
- в. начало цен в отрасли
- г. временное снижение
- д. сезонный фактор

19. Согласно годовому маркетинговому плану Отдел Сбыта должен увеличить продажи на 40%. При росте прибыли компании на 10%. Это может быть:

- а. стратегия увеличения прибыли
- б. стратегия увеличения продаж
- в. стратегия максимального роста

20. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- б. первичный спрос
- в. потенциальный спрос
- г. общие потребности (общий спрос)
- д. избирательный (специфический) спрос.

Критерии и нормы оценки тестов

«зачтено» – получены правильные ответы на $\frac{2}{3}$ и более вопросов;

«не зачтено» – получены правильные ответы на $\frac{1}{3}$ и менее вопросов.

10. Образовательные технологии и методические указания по освоению дисциплины (учебного курса)

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- технология традиционного обучения (тема 1.1 – 1.8, 2.1 – 2.6): формы обучения – самостоятельная работа, индивидуальная домашняя работа метод обучения – наглядный, практический.

- технология проблемного обучения (темы практических занятий: 1.2, 1.3, 1.5 – 1.8, 2.2 – 2.6): формы обучения – проблемный семинар; методы обучения – кейс-задачи, решение производственных задач.

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

9.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Теоретические основы менеджмента	ОК-1	Реферат, Тест
2	Развитие теории и практики менеджмента	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
3	Постановка целей и планирование в организации	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
4	Современные тенденции развития менеджмента	ОК-1	Реферат, Тест
5	Стратегическое управление	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
6	Коммуникации в системе управления фирмой	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
7	Мотивация	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
8	Принятие управленческих решений	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
9	Теоретические основы маркетинга	ОК-1	Реферат, Тест
10	Управление маркетингом	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
11	Виды маркетинга	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
12	Сегментация и выбор целевых сегментов	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
13	Позиционирование товаров	ОК-1, ОК-2	Реферат, Тест, Расчетная задача
14	Коммуникационная политика предприятия	ОК-1, ОК-2	Реферат, Кейс-задача, Тест
15	Все темы дисциплины «Менеджмент и маркетинг»	ОК-1, ОК-2	Вопросы к промежуточной аттестации (зачету); Итоговое тестирование

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

9.2.1. Рефераты

Рефераты направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

1. Методические указания по написанию рефератов.

Реферат состоит из следующих разделов: введения, основной части (количество подразделов не ограниченное, главное, чтобы тема была раскрыта), заключения, библиографического списка (количество источников от 15 до 30, с годом издания не старше 5 лет) и приложения (при необходимости).

Объем реферата составляет 20 – 30 страниц.

Оригинальность текста не менее 50%.

2. Темы рефератов

Краткий перечень тем рефератов:

1. SWOT-анализ, его сущность, цель, содержание.
2. Анализ внешней среды деятельности муниципальных образований (на конкретном примере).
3. Анализ покупательского поведения на основе концепции жизненного стиля
4. Анализ состояния внешней среды деятельности промышленных предприятий, работающих на российском рынке.
5. Анализ состояния внешней среды деятельности торговых предприятий, работающих на российском рынке.
6. Эффективность работы формальных групп.
7. Смысл и эволюция понятия мотивация.
8. Современные теории мотивации.
9. Содержательные теории мотивации.
10. Процессуальные теории мотивации.

Полный список тем состоит из 60 вариантов, охватывающих разные сферы в области маркетинга и менеджмента, и представлен в разделе 7 данной рабочей программы дисциплины.

3. Критерии и нормы оценки рефератов

«зачтено» – в реферате полностью раскрыта выбранная тема и сделано соответствующее заключение;

«не зачтено» – реферат не написан.

9.2.2. Кейс-задачи

Кейс-задачи направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По теме 1.2 «Развитие теории и практики менеджмента»

Задания на практическое занятие 1

Задания на практическое занятие 1 направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 1.1. Изучив раздаточный материал с представленной ситуацией об отношении к своей работе, ответьте на поставленные вопросы:

6. Как бы Вы могли охарактеризовать каждую героиню ситуации как личность?

7. Что можно сказать о каждой из девушек с позиции того, как они относятся к фактам и событиям, изложенным в ситуации, как они описывают свою работу и отношения по работе?

8. Как бы Вы оценили удовлетворенность работай Лиды и Анны?

9. Кто из них больше доволен своей работой в целом и почему?

10. Что можно сказать о том, как их менеджеры управляют сложившейся в компаниях ситуацией, а также об этическом поведении этих менеджеров?

Кейс-задача 1.2. Изучив раздаточный материал с представленной ситуацией о необходимости сделать выбор между качеством и сделкой, необходимо ответить на вопрос: «Что делать?»

3. Попытаться договориться с покупателями о продлении срока использования контракта и довести качество продукта до нормы?

4. Рискнуть, в конце концов, это сделка – «первый блин», а наши инженеры «не лаптем щи хлебают».

Проинформировать покупателя о возникших проблемах, и будь, что будет.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 1.3 «Постановка целей и планирование в организации»

Задания на практические занятия 2.

Задания на практическое занятие 4 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 2.1. Изучив 4 ситуации про автомобильную компанию «ФОРД», представленные в раздаточном материале, ответьте на поставленные вопросы:

1. Как бы охарактеризовали компанию «ФОРД» с точки зрения ее взаимодействия с внешним окружением?

2. В чем принципиально изменился подход компании «ФОРД» к взаимодействию с внешней средой в начале 90-х годов?

3. Почему Г. Форда называют великим руководителем? Какие еще из великих руководителей бизнеса Вы знаете?

4. Каких управленческих принципов и концепций придерживался Г. Форд?

Каких принципов и концепций придерживаются современные руководители российских компаний?

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По темам 1.5 «Стратегическое управление» и 1.6 «Коммуникации в системе управления»

Задания на практическое занятие 3

Задания на практическое занятие 3 направлены на формирование компетенции:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 3.1. Используя аналитический и графический методы расчета безубыточности производства, согласно заданию по варианту, представленному в раздаточном материале, определить:

- безубыточную программу выпуска продукции;
- прибыль от реализации заданной продукции.

Кейс-задача 3.2. Используя маржинальный метод определения безубыточности и исходных данные задачи 1, определить планируемый объем производства продукции в расчетный период, для получения желаемой прибыли, представленной в таблице 2 раздаточного материала.

Кейс-задача 3.3. Используя исходные данные задачи 1 и результаты расчета задач 1 и 2, определить:

- безубыточную цену продукции;
- безубыточную цену, чтобы обеспечить спрос на нее;
- планируемую цену, чтобы получить желаемую прибыль.

Кейс-задача 3.4. Предприятие планирует выпуск новой продукции в заданном объеме, для этого ему необходим материал в определенном количестве. Также предприятие

предъявляет требования по цене материала, упаковке, периодичности поставки, минимальной партии поставки, форме расчета и др.

Используя бальную систему и предлагаемые условия потенциальными поставщиками, представленные в раздаточном материале, необходимо выбрать поставщика, максимально удовлетворяющего требованиям предприятия-заказчика.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По темам 1.7 «Мотивация» и 1.8 «Принятие управленческих решений»

Задания на практическое занятие 4

Задания на практическое занятие 3 направлены на формирование компетенции:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 4.1. Изучив представленные управленческие ситуации, необходимо выбрать правильный вариант действий.

Ситуация 1. С недавнего времени Вы работаете начальником большого цеха. Проходя в свой кабинет, Вы видите на площадке несколько оживленно беседующих рабочих. Проходя через 20 минут в цех, Вы вновь наблюдаете ту же картину.

Как вы будете действовать?

6. Потребую прекратить разговор и предупрежу о недопустимости такого поведения.

7. Пройду мимо беседующих рабочих, а затем вызову мастера и выражу ему свое недовольство.

8. Подойду к рабочим и запишу их фамилии, объявлю по цеху замечание в приказе. Предупрежу о более строгом наказании при повторном нарушении.

9. Сделаю рабочим замечание и предложу немедленно вернуться на рабочие места.

10. Подойду к беседующим, и постараюсь выяснить, о чем они говорят, какой работой занята из бригада, какова загрузка в данный момент. Вызову мастера для выяснения положения с работой в бригаде и только после этого буду принимать решение.

Ситуация 2. Вы – старший мастер или начальник участка. С одним из молодых рабочих у Вас возник конфликт из-за того, что он работал на новом, незнакомом для него станке с полуавтоматическим управлением, а операции выполнял по старому.

Как Вы будете вести себя в данном случае?

6. Пока никаких действий по отношению к рабочему предпринимать не буду, подожду, может быть, он еще пойдет учиться.

7. Переведу на более простую, но нижеоплачиваемую работу.

8. Найду в коллективе опытного рабочего, который сумеет убедить его начать учиться и покажет наиболее рациональные приемы работы.

9. Попытаюсь уговорить его изменить отношение к работе и выполнять мои советы.

10. Поставляя вопрос о нем на рабочем собрании коллектива.

Ситуация 3. Вы – начальник цеха. Экономист Вашего цеха обратился к администрации завода с заявлением о том, что в цехе допускаются частые нарушения финансовой дисциплины. В связи с этим дирекцией назначена специальная комиссия для проверки. Вы ждете вызова комиссии. По стечению обстоятельств, в день начала работы комиссии экономист нарушает трудовую дисциплину (опаздывает на работу на 25 минут).

Как Вы отнесетесь к поведению экономиста?

6. Вызову экономиста и потребую у него объяснений по поводу нарушений трудовой дисциплины.

7. За нарушение трудовой дисциплины объявлю экономисту замечание или выговор в приказе по цеху.

8. Подожду до конца рабочего дня. Если экономист сам не придет и не объяснит причины своего опоздания на работу, попрошу его зайти и потребую объяснений, после чего приму решение.

9. В данной ситуации главное для меня – работа комиссии и ее выводы, а не опоздание экономиста. Экономист, может быть, сам объяснит причины опоздания.

10. Подожду результатов работы комиссии, потом решу, как поступить с экономистом.

Ситуация 4. Вы – начальник смены или мастер, работаете во вторую смену. В проходной Вам встретился технолог цеха и сказал, что работник Вашего участка (смены) пришел на работу в нетрезвом состоянии и не следует допускать его к работе. Однако был конец месяца и нужно выполнять план, а заменить этого рабочего некем.

Что Вы будете делать?

6. Отстраню его от работы и наложу взыскание.

7. О случившемся сразу же доложу начальнику цеха. Буду ждать его указаний.

8. Отстраню его от работы. Сам встану на его рабочее место. Поведение его со всей строгостью обсудим на рабочем собрании.

9. Попрошу рабочего из первой смены отработать за него сверхурочно, а виновный будет наказан.

10. Допущу его к работе и буду наблюдать за ним во избежание несчастного случая. После окончания смены обсудим его поведение.

Ситуация 5. Вы – начальник цеха. В ночную смену один из рабочих Вашего цеха, будучи в нетрезвом состоянии, сломал дорогостоящую оснастку. Пытаясь отремонтировать ее, другой рабочий получил серьезную травму. Об этом Вам сообщил сменный мастер по телефону.

Что Вы, ему ответе?

6. Составьте акт экспертизы и акт поломки оборудования. Завтра доложите.

7. Без меня ничего не предпринимать. Я сейчас приеду, и на месте разберемся во всем.

8. Действуйте как сочтете необходимым, так как Вы сейчас замещаете меня. А завтра я сам разберусь.

9. Потребую вызвать скорую помощь к пострадавшему, а все документы о случившемся оформить потом, доложить о состоянии пострадавшего.

10. Действуйте согласно инструкции.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.6 «Коммуникационная политика предприятия»

Задания на практические занятия 8.

Задания на практическое занятие 8 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Кейс-задача 8.1. Фирма действует в регионе, состоящем из четырех районов. Для каждого региона известны: изменения в условиях реализации нового товара; интенсивность покупок товара одним покупателем в год; потеря доли рынка в результате конкуренции производителей товара; издержки на исследование рынка в каждом районе. Исходные данные представлены в раздаточном материале.

Определить:

- район, на котором фирме выгоднее всего продавать новый товар;
- какова будет величина объема чистых продаж.

Кейс-задача 8.2. На данном сегменте рынка конкурируют три фирмы, каждая из которых имеет свое количество покупателей. В конце мая, июня, июля и августа были проведены обследования мнения покупателей по товарам, которые продают все три фирмы. В результате опроса были получены определенные данные, представленные в раздаточном материале.

Определить:

- показатели лояльности покупателей торговым маркам фирмы, проценты потока и оттока их покупателей;
- доли рынка фирм на рассматриваемые периоды;
- проанализировать складывающуюся тенденцию и сделайте заключение.

Критерии и нормы оценки кейс-задач

«зачтено» – кейс-задача, выданные на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – кейс-задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

9.2.3. Расчетные задачи

Расчетные задачи направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По теме 2.2 «Управление маркетингом»

Задания на практические занятия 5.

Задания на практическое занятие 5 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 5.1. Используя исходные данные по величине спроса и предложения, а также цену товара, представленные в раздаточном материале, необходимо:

- определить рыночную цену;
- определить равновесное количество материалов;
- решение представить в графическом виде.

Задача 5.2. Используя исходные данные по величине спроса, величине дохода потребителей и цене товара, представленные в раздаточном материале, необходимо:

- рассчитать коэффициент эластичности по цене;
- рассчитать коэффициент эластичности по доходу.

Задача 5.3. Используя рассмотренную методику и исходные данные по цене товара, объему продаж, величине постоянных и переменных издержек провести анализ эффективности производства по двум вариантам.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.4 «Сегментирование и выбор целевых сегментов»

Задания на практические занятия 6.

Задания на практическое занятие 6 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 6.1. Используя данные маркетинговых исследований, представленные в раздаточном материале, провести:

- сегментирование рынка по двум критериям;
- определить границы целевого рынка и его долю в общем объеме продаж;
- выбрать сегменты, на которые предприятию следует направить максимальные усилия и ресурсы;
- решение представить в графическом виде.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

По теме 2.5 «Позиционирование товаров»

Задания на практические занятия 7.

Задания на практическое занятие 7 направлено на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Задача 7.1. Используя методику сравнительной оценки качественных и стоимостных параметров, а также параметры оцениваемого товара, представленных в раздаточном материале, необходимо:

- изучить информацию о товаре, целевом рынке и конкурирующих товарах;
- ознакомиться с методикой анализа конкурентоспособности товара;
- выявить конкурирующий товар;
- оценить показатели конкурентоспособности трех марок товара;
- основываясь на результатах анализа уровня конкурентоспособности данных товаров, выбрать один, который в наибольшей степени соответствует условиям целевого рынка.

Критерии и нормы оценки расчетной задачи

«зачтено» – задача, выданная на практическом занятии, выполнены в полном объеме: проведены все необходимые расчеты, проанализирована ситуация правильно и написаны грамотные выводы;

«не зачтено» – задача не выполнена или выполнена не в полном объеме.

9.2.4. Тесты

Тесты направлены на формирование компетенций:

«ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

«ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

По модулю 1 «Менеджмент»

Тест состоит из 50 вопросов. Вопросы с 1 по 25 направлены на формировании компетенции «ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; вопросы с 26 по 50 – направлены на формирование компетенции «ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Примерные тестовые задания

21. Какое государство является родиной менеджмента?

- е. Франция
- ж. США
- з. Россия
- и. Англия
- к. Германия

22. Когда менеджмент выделился в самостоятельную область знаний?

- а. в XIX в.
- б. в XVIII в.
- в. на рубеже XIX и XX вв.
- г. в середине XX в.

23. Что такое менеджмент?

- а. теория и практика управления
- б. главный принцип управления
- в. исключительно теория управления
- г. исключительно практика управления

24. Чьё учение стало основным теоретическим источником современных концепций менеджмента?

- а. А. Файоля
- б. Ф. Тейлора
- в. М. Фоллетт
- г. Д. Гетти

25. Представители какой научной школы, в качестве основного объекта исследования имели эффективное использование человеческих ресурсов?

- а. классической или административной
- б. школа научного управления
- в. школы науки управления или количественный подход
- г. школа поведенческих наук
- д. школы человеческих отношений

26. Представители какой научной школы, впервые описали принцип управления – единоначалие?

- а. классической или административной
- б. школа научного управления
- в. школы науки управления или количественный подход
- г. школа поведенческих наук
- д. школы человеческих отношений

27. Что такое управление?

- а. специфическое взаимодействие субъекта и объекта управления
- б. воздействие субъекта на объект управления
- в. подчинение объекта субъекту управления

28. Каковы общие методы управления?

- а. административные, экономические и социально-психологические
- б. воспроизводственные и маркетинговые
- в. сетевые и балансовые
- г. законодательные и нормативные

29. Что включает в себя система управления в элементарном виде?

- а. принципы, методы и функции управления
- б. совокупность органов управления
- в. субъект, объект управления и связи
- г. совокупность объектов управления

30. Что такое субъект управления?

- а. орган, осуществляющий управленческие воздействия

- б. любой орган в системе управления
- в. орган, воспринимающий управленческие воздействия человека

31. Что такое методы управления?

- а. закономерности управления
- б. основные правила управления
- в. управленческие законы
- г. способы воздействия субъекта на объект
- д. методы работы менеджеров

32. Что такое процесс управления?

- а. последовательная деятельность менеджера
- б. совокупность непрерывных, взаимосвязанных функций
- в. совокупность принципов и методов управления

33. Какие методы управления получили у нас в последние годы наибольшее развитие?

- а. административные
- б. экономические
- в. социально-психологические
- г. балансовые
- д. сетевые

34. Что такое функция управления?

- а. управленческая деятельность
- б. обособленный вид управленческой деятельности
- в. должностная обязанность менеджера

35. Кто стоял у истоков школы научного управления?

- а. А. Файоль
- б. Д. Гетти
- в. М. Фоллетт
- г. Ф. Тейлор
- д. Э. Мейо

36. Кто из ученых, внес наибольший вклад в развитие классической, или административной школы управления?

- а. А. Файоль
- б. Д. Гетти
- в. М. Фоллетт
- г. Ф. Тейлор
- д. Э. Мейо

37. Представители какой научной школы, ратовали за повышение заботы руководителей о подчиненных?

- а. школы поведенческих наук
- б. школы человеческих отношений
- в. школы научного управления
- г. административной школы
- д. школы науки управления или количественный подход

38. На чём основываются социально-психологические методы управления?

- а. на материальном интересе работника
- б. на законодательных и нормативных актах
- в. на морально-психологическом климате

г. на воздействии на сознание и социальные условия.

39. Исследования ученых, какой школы, базировались на использовании данных точных наук?

- а. школы поведенческих наук
- б. школы человеческих отношений
- в. школы научного управления
- г. административной школы
- д. школы науки управления или количественный подход

40. Какие функции управления называют общими?

- а. производство, маркетинг, финансы
- б. планирование, организация, мотивация, контроль, координация
- в. предпринимательство, производство, инновации, информация

Критерии и нормы оценки тестов

«зачтено» – получены правильные ответы на 2/3 и более вопросов;

«не зачтено» – получены правильные ответы на 1/3 и менее вопросов.

По модулю 2 «Маркетинг»

Тест состоит из 50 вопросов. Вопросы с 1 по 25 направлены на формировании компетенции «ОК-1» – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; вопросы с 26 по 50 – направлены на формирование компетенции «ОК-2» – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

Примерные тестовые задания

1. Компания, которая предлагает множество различных продуктов с разным уровнем качества на нескольких рынках, хочет обезопасить себя от такой ситуации, когда имя и репутация организации будут связываться с конкретными продуктами. Какую политику в отношении торговых марок следует проводить в таком случае?

- г. индивидуальные марки
- д. марки для групп товаров
- е. зонтиковая маркировка

2. Рекламное объявление помещено в определённом журнале. Этот журнал в среднем покупают и / или читают 100 000 человек. Из них 60 000 человек принадлежат к целевой группе, на которую ориентировано данное объявление. Оценки показывают, что эти 60 000 человек составляют около 50% от всей целевой группы. Какое из приведенных ниже утверждений является верным?

- в. покрытие (целевой группы) составляет 50%
- г. покрытие (целевой группы) составляет 60%

3. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению фабрики "Красный Октябрь"?

- д. банк обслуживающий фабрику
- е. поставщик упаковочных материалов
- ж. налоговая полиция

3. компания, закупающая продукцию фабрики

4. Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

- д. специальные купоны на упаковке
- е. бесплатные образцы;
- ж. распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь
- з. демонстрация (образцов товаров)

5. При вычислении оптимального объема заказов учитываются следующие факторы:

- д. спрос, время, издержки
- е. затраты на хранение, накладные расходы на оформление заказа, время и спрос
- ж. время, затраты на хранение, затраты на обработку, спрос
- з. расходы на оформление заказа, поставка, расходы на ведение учета, время

6. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- д. поведение покупателей при покупке
- е. поведение покупателей после покупки
- ж. восприятие продуктов потребителями
- з. намерение потребителей совершить покупку

7. Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 2,4 млн. долл. в год. При продажной цене 20 долл. за одно изделие точка безубыточности по оценкам будет достигнута при годовом объеме продаж в 400 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности?

- е. 2 долл.
- ж. 14 долл.
- з. 16 долл.
- и. 8 долл.
- к. 100 долл.

8. Какая из перечисленных ниже групп обладает следующими характеристиками: высокое социальное положение, они являются лидерами мнений для других групп и узнают о новинках с помощью средств массовой информации?

- е. новаторы
- ф. рано одобряющие
- г. раннее большинство
- h. позднее большинство

9. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?

- д. чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании
- е. между сегментами должна быть существенная разница
- ж. должна существовать возможность свободного доступа к сегментам
- з. компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объем сбыта для сегмента

10. Процесс коммуникаций включает несколько элементов. Что из перечисленного ниже не является элементом процесса коммуникаций?

- д. предложение
- е. канал (средство)
- ж. обратная связь
- з. ответная реакция

11. Как называется метод ценообразования, при котором цену устанавливают на X% выше издержек производства?

- д. целевое ценообразование
- е. ценовая дискриминация
- ж. ценообразование на базе спроса
- з. ценообразование «издержки плюс надбавка»

12. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию?

- д. проникновение на рынок
- е. развитие рынка
- ж. диверсификация
- з. развитие продукта

13. Диско-клуб «Гавана» выдает посетителям специальные дисконтные карты. Владелец карты при каждом пятом посещении имеет право на 25% скидку с цены входного билета. Какова цель такого нововведения?

- д. увеличить степень проникновения
- е. увеличить число посещений
- ж. увеличить среднюю продолжительность визита
- з. повысить степень узнаваемости марки

14. Если предприятие принимает решение активно действовать на двух сегментах рынка (или большем числе) и разрабатывает различные продукты и/или маркетинговые программы для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- д. агрегированный маркетинг
- е. дифференцированный маркетинг
- ж. концентрированный маркетинг
- з. недифференцированный маркетинг

15. 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. Дилер должен сделать выбор между:

- д. развитием продукта и диверсификацией
- е. проникновением на рынок и развитием продукта
- ж. интеграцией и развитием рынка
- з. проникновением на рынок и развитием рынка

16. Основная причина того, что спрос на изделия производственного назначения обладает меньшей эластичностью по цене по сравнению с потребительскими товарами, заключается в том, что:

- д. он относится к производному спросу
- е. цена является (относительно) менее важным фактором
- ж. объём закупок значительно выше
- з. решения о покупках принимаются более профессионально

17. В отделе сбыта работает 5 человек, включая Коммерческого Директора. Всего в компании работает 15 человек, включая 2 водителей. Генеральный Директор курирует продажи и лично заключает договора с крупными корпоративными клиентами. Какова доля сбытового подразделения в общем количестве?

- г. менее $1/3$
- д. $1/3$
- е. более $1/3$

18. Ваш главный конкурент сбросил цены на 20%. 2 месяца назад конкурент куплен новыми собственниками. Месяц назад в эту компанию назначен новый генеральный – варяг. Что это может быть:

- е. ценовая война
- ж. избавление от запасов
- з. начало цен в отрасли
- и. временное снижение
- к. сезонный фактор

19. Согласно годовому маркетинговому плану Отдел Сбыта должен увеличить продажи на 40%. При росте прибыли компании на 10%. Это может быть:

- г. стратегия увеличения прибыли
- д. стратегия увеличения продаж
- е. стратегия максимального роста

20. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- е. первичный спрос
- ж. потенциальный спрос
- з. общие потребности (общий спрос)
- и. избирательный (специфический) спрос.

Критерии и нормы оценки тестов

«зачтено» – получены правильные ответы на 2/3 и более вопросов;

«не зачтено» – получены правильные ответы на 1/3 и менее вопросов.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

11.1. Обязательная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум и др.)	Количество в библиотеке
1	Маркетинг для магистров [Электронный ресурс]: учебник / под общ. ред. И. М. Синяевой. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 368 с. – ISBN 978-5-9558-0419-4.	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2	Коротков А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. В. Коротков. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 303 с. – ISBN 5-238-00810-4.	учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"
3	Мазилкина Е. И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-практ. пособие / Е. И. Мазилкина. – 2-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2016. – 256 с. – ISBN 978-5-394-01865-7.	учебно-практическое пособие	ЭБС "IPRbooks"
4	Виханский О. С. Менеджмент [Электронный ресурс] учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2018. – 656 с. – ISBN 978-5-9776-0320-1.	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"
5	Короткий С. В. Менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С. В. Короткий. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 225 с. : ил. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-4487-0134-4.	учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"

11.2. Дополнительная литература и учебные материалы (аудио-, видеопособия и др.)

- фонд научной библиотеки ТГУ:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
1	Григорьев Д. А. Менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Д. А. Григорьев. – Москва: Всерос. гос. ун-т юстиции (РПА Минюста России), 2016; Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 114 с. – ISBN 978-5-00094-243-7.	Учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"
2	Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С. А. Ким. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 257 с. – ISBN 978-5-394-02014-8.	Учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"

- другие фонды:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Место хранения (методический кабинет кафедры, городские библиотеки и др.)
1	Зубкова Н.В. Менеджмент и маркетинг: курс лекций / Н. В. Зубкова; ТГУ; Ин-т финансов, экономики и управления; каф. «Менеджмент организации». – ТГУ. – Тольятти: ТГУ, 2018.	Курс лекций	Методический кабинет кафедры
2	Зубкова Н.В. Менеджмент и маркетинг: практикум / Н. В. Зубкова; ТГУ; Ин-т финансов, экономики и управления; каф. «Менеджмент организации». – ТГУ. – Тольятти: ТГУ, 2018.	Практикум	Методический кабинет кафедры

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки

«___» _____ 20__ г.
МП

(подпись)

А.М. Асаева
(И.О. Фамилия)

11.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. Основные рубрики: Теоретические основы развития экономических систем в современных условиях; Отраслевая экономика: проблемы управления и пути решения; Инновации и предпринимательство как основа модернизации региональной экономики; Учетно-аналитическое обеспечение деятельности хозяйствующих субъектов; Экономические проблемы развития рынка образовательных услуг. Доступен полнотекстовый архив с 2009 года – <http://astu.org/Pages/Show/899>
- Ежедневная общенациональная деловая газета. Доступен полнотекстовый архив с 1992 года: <http://www.kommersant.ru/daily>
- Издательский дом «Коммерсант» – www.kommersant.ru
- Интернет-издание Open Economy – www.opec.ru
- Информационно-справочные системы: – www.garant.ru
- Информационно-справочные системы: – www.consultant.ru
- Информационно-справочные системы: – ru.wikipedia.org
- Министерство промышленности и торговли Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>
- Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main>
- Научно-практический журнал посвящен различным вопросам инновационной экономики, в том числе управлению инновациями, интеллектуальным капиталом, нематериальными активами. Основные тематические направления журнала: инновационная экономика; интеллектуальный капитал; креативный менеджмент; проблемы высшего образования; творческое мышление в бизнесе; управление инновациями; управление человеческими ресурсами; человеческий капитал; экономика знаний. Доступен полнотекстовый архив с 2007 по 2009 год: http://www.creativeconomy.ru/mag_ce/archive/
- Электронный научный журнал. Основные разделы журнала: Бизнес и право; Демография; Землеустройство; Инновации. Инвестиции; Логистика; Макроэкономика; Маркетинг; Математические и инструментальные методы экономики; Менеджмент; Мировая экономика; Предпринимательство; Региональная экономика; Теория систем; Теория управления; Управление качеством; Управленческий учет и контроль; Ценообразование; Экономика природопользования; Экономика труда; Экономическая безопасность; Экономический анализ. Доступен полнотекстовый архив с 2005 года – <http://www.uecs.ru/ojurnale>;
- Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004 – Режим доступа: scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000 – Режим доступа: elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

11.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Количество лицензий	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	1398	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия – бессрочно
2	Office Standart	1398	Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия – бессрочно

11.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Площадь, м ²	Количество посадочных мест
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.	Стол преподавательский, столы ученические двухместные (моноблок), стулья, доска аудиторная (меловая), кафедра, проектор, экран, процессор	445020 Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, 16В, Е-309	71,5	66
2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.	Стол преподавательский, Стол ученический двухместный (моноблок), Стул, Доска аудиторная (меловая)	445020 Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, 16В, Е-305	35,8	34
3	Компьютерный класс. Помещение для самостоятельной работы. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская 14, Г-401	84,8	16

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Площадь, м²	Количество посадочных мест
	аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.				