

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«КУЗБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Т.Ф.ГОРБАЧЕВА»  
Филиал КузГТУ в г. Белово



УТВЕРЖДАЮ  
Директор филиала

*И.К. Костин*  
И.К. Костинец  
«31» 08 20 21 г.

Подписано цифровой подписью: Долганова Жанна Александровна  
DN: cn=Долганова Жанна Александровна, o=Кузбасский  
государственный технический университет имени Т.Ф.Горбачева,  
ou=Филиал КузГТУ в г. Белово, email=dolganovaja@kuzstu.ru, c=RU  
Дата: 2023.11.21 11:29:16 +0700'

**Фонд оценочных средств по дисциплине**

**Менеджмент и маркетинг**

Направление подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика»  
Профиль 01 «Прикладная информатика в экономике»

Присваиваемая квалификация "Бакалавр"

Белово 2021

ФОС составил доцент. к.э.н.  И.П. Колечкина


ФОС обсужден на заседании кафедры экономической безопасности и менеджмента

Протокол № 10 от « 15 » 06 2021 г.

Зав. кафедрой экономической безопасности и менеджмента  И.Ю. Верчагина

Согласовано учебно-методическим советом филиала КузГТУ в г. Белово

Протокол № 11 от « 22 » 06 2021 г.

Председатель учебно-методического совета  Ж.А. Долганова



## **1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине "Менеджмент и маркетинг", соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

общефессиональных компетенций:

ОПК-4 - Способен участвовать в разработке стандартов, норм и правил, а также технической документации, связанной с профессиональной деятельностью.

ОПК-9 - Способен принимать участие в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп.

универсальных компетенций:

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Результаты обучения по дисциплине определяются индикаторами достижения компетенций

Индикатор(ы) достижения:

Использует знание экономических теорий, законов, концепций и принципов менеджмента и маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Использует коммуникативные навыки для построения максимально эффективного взаимодействия между членами трудового коллектива.

Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный.

Постоянно повышает уровень своей квалификации, занимается самообразованием.

Знает достаточное количество стандартов, норм и правил, технической документации, связанной с профессиональной деятельностью.

Использует коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп.

В результате освоения дисциплины обучающийся в общем по дисциплине должен

Знает:

стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности;

знать виды и особенности профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках управленческой деятельности

экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

основные приемы и нормы социального взаимодействия в процессе командной работы технологии межличностной и групповой коммуникации;

иностраный язык и активно его использовать базовую лексику, представляющую стиль делового общения, на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках нормы делового общения на иностранном языке;

основные приемы эффективного управления собственным временем и профессиональным развитием основные принципы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.

Умеет:

использовать стандарты, нормы и правила, техническую документацию в профессиональной деятельности;

применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп;

использовать экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу осуществлять эффективное командное взаимодействие для достижения поставленных целей;

читать и обрабатывать деловую документацию на иностранном языке осуществлять перевод профессионально-значимой информации на иностранном языке понимать устную речь в ситуациях делового иноязычного общения в профессиональной сфере;

эффективно планировать и контролировать собственное время использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения планировать траекторию своего профессионального развития.

Владеет:

способностью разрабатывать стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности;

способностью применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп;

навыками решения базовых задач менеджмента навыками решения базовых задач маркетинга; основными методами и приемами социального взаимодействия в команде навыками межличностных отношений способностью реализовывать свою роль в команде;

способностью использовать основные понятия и категории менеджмента и маркетинга в управленческой деятельности навыками деловой коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке;

методами управления собственным временем и профессиональным развитием технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков, методиками саморазвития в течение всей жизни.

## 2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине " Менеджмент и маркетинг"

### 2.1. Паспорт фонда оценочных средств

Форма(ы) текущего контроля	Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	Индикатор (ы) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	Уровень достижения компетенции
Опрос, тестирование	УК-2	Использует знание экономических теорий, законов, концепций и принципов менеджмента и маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих	Знает: - экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; Умеет: - использовать экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели,	Высокий или средний

		правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений.	исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений; Владеет: - навыками решения базовых задач менеджмента - навыками решения базовых задач маркетинга;	
Опрос, тестирование	УК-6	Постоянно повышает уровень своей квалификации, занимается самообразованием.	Знает: - основные приемы эффективного управления собственным временем и профессиональным развитием - основные принципы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. Умеет: - эффективно планировать и контролировать собственное время - использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения - планировать траекторию своего профессионального развития. Владеет: - методами управления собственным временем и профессиональным развитием - технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков методиками саморазвития в течение всей жизни.	Высокий или средний
Опрос, тестирование	УК-3	Использует коммуникативные навыки для построения максимально эффективного взаимодействия между членами трудового коллектива.	Знает: - основные приемы и нормы социального взаимодействия в процессе командной работы - технологии межличностной и групповой коммуникации; Умеет: - устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу - осуществлять эффективное командное взаимодействие для достижения поставленных целей; Владеет: - основными методами и приемами социального взаимодействия в команде - навыками межличностных отношений - способностью реализовывать свою роль в команде;	Высокий или средний
Опрос, тестирование	УК-4	Выполняет перевод профессиональных текстов иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на	Знает: - иностранный язык и активно его использовать - базовую лексику, представляющую стиль делового общения, на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках - нормы делового общения на иностранном языке;	Высокий или средний

		иностранной.	Умеет: - читать и обрабатывать деловую документацию на иностранном языке, осуществлять перевод профессионально-значимой информации на иностранном языке понимать устную речь в ситуациях делового иноязычного общения в профессиональной сфере; Владеет: - способностью использовать основные понятия и категории менеджмента и маркетинга в управленческой деятельности навыками деловой коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке;	
Опрос, тестирование	ОПК-4	Знает достаточное количество стандартов, норм и правил, технической документации, связанной с профессиональной деятельностью.	Знает: - стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности; Умеет: - использовать стандарты, нормы и правила, техническую документацию в профессиональной деятельности; Владеет: - способностью разрабатывать стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности.	Высокий или средний
<p><b>Высокий уровень достижения компетенции</b> - компетенция сформирована частично, рекомендованные оценки: отлично, хорошо, зачтено.</p> <p><b>Средний уровень достижения компетенции</b> - компетенция сформирована частично, рекомендованные оценки: хорошо, удовлетворительно, зачтено.</p> <p><b>Низкий уровень достижения компетенции</b> - компетенция не сформирована частично, оценивается неудовлетворительно или не зачтено.</p>				

## 2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся могут проводиться как при непосредственном взаимодействии педагогического работника с обучающимися, так и с использованием ресурсов ЭИОС филиала КузГТУ, в том числе синхронного и (или) асинхронного взаимодействия посредством сети «Интернет».

## 2.3. Оценочные средства при текущем контроле

**Текущий контроль по разделам 1-4 осуществляется:**

**В форме устного опроса.**

Перечень вопросов для устного опроса:

Раздел 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями

1. Сущность, цели и задачи менеджмента.

2. Механизм менеджмента: виды, функции, методы и принципы менеджмента.
3. Элементы менеджмента. Условия эффективного взаимодействия между объектом и субъектом управления.
4. Понятие организации как явления и как процесса. Характеристика организации как системы.
5. Жизненный цикл организации. Характеристика основных изменений, происходящих в организации в ходе ее жизненного цикла.
6. Характеристика внешней среды: среда прямого и косвенного воздействия.
7. Менеджер и его социальные роли.
8. Школа научного управления. Принципы научного управления Тейлора и его последователей.
9. Школа административного управления и ее взгляд на развитие менеджмента. Универсальные принципы управления: разработка рациональной системы управления организацией и принципы построения структуры организации и управления работниками.
10. Основные направления становления единой системы управления. Процессуальный, системный и ситуационные подходы к управлению.
11. Понятие и характеристика этапов процесса обмена информацией. Управленческая информация и закономерность ее движения. Характеристики коммуникационных сетей.
12. Служебное общение и его трудности. Методы и приемы совершенствования коммуникативной среды. Организация собраний и деловых бесед.
13. Понятие управленческих решений и их классификация.
14. Принятие управленческого решения в условиях неопределенности и риска. Условия снижения риска при принятии решения.
15. Сущность и процесс стратегического управления. Характеристика этапов стратегического управления. Миссия и цели организации.
16. Анализ внешней и внутренней среды Инструменты анализа ПЭСТ, СВOT — матрицы.
17. Этапы выбора стратегии. Характеристика стратегий конкурентного поведения на рынке (матрица М. Портера).
18. Типы стратегий развития бизнеса, их характеристика и условия выбора (по Стринкленду-Томпсону).
19. Типы стратегий развития бизнеса. Характеристика инструмента выбора -матрица Ансоффа.
20. Характеристика матрицы БКГ, ее достоинства и недостатки.
21. Характеристика этапов реализации, управления и контроля за выполнением стратегии.

## Раздел 2 Менеджмент основных бизнес-процессов организации

1. Понятие полномочий и делегирование полномочий в организации.
2. Механистические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
3. Виды и характеристика дивизиональных структур, условия эффективного применения.
4. Линейно-функциональная структура, условия эффективного применения.
5. Органические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
6. Матричная организационная структура и ее характеристика.
7. Сетевые организационные структуры, причины их появления, преимущества и трудности использования.
8. Организационные структуры горизонтального типа, их виды: общие признаки и преимущества.



9. Мотивационные основы управления. Сравнительный анализ различных теорий мотивации.
10. Содержательные теории мотивации, их характеристика: теория иерархии потребностей А. Маслоу, двухфакторная теория Ф. Герцберга, теория приобретения потребностей Манкелланда.
11. Теории процесса мотивации, их характеристика: теория ожидания, теория справедливости, теория Портера - Лоулера.
12. Современные методы мотивации персонала.
13. Понятие контроля в организации. Принципы осуществления контроля.
14. Характеристика этапов процесса контроля. Характеристика эффективного контроля.
15. Понятие обновление организации. Виды, методы и предпосылки преобразований.
16. Модель управление изменениями в организации. Характеристика этапов.
17. Причины сопротивления организационным изменениями и методы устрашения сопротивления.
18. Понятие лидерства и руководства. Характеристика традиционных теорий лидерства. Характеристика новых подходов к лидерству.
19. Конфликты в системе управления. Виды и причины конфликтов. Способы управления конфликтными ситуациями.
20. Понятие власти. Типы и характеристика власти и влияния.
21. Эффективные формы влияния на сотрудников.
22. Социальная ответственность и этика менеджмента. Типы социального поведения организации.
23. Понятие культуры организации, ее функции, содержание.

### Раздел 3 Основы маркетинга

1. Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинга.
2. Социально-экономическая сущность маркетинга. Определения маркетинга.
3. Концепции маркетинга. Основные требования, предъявляемые к социально-этическому маркетингу.
4. Комплекс маркетинга.
5. Цели маркетинга.
6. Основные принципы маркетинга.
7. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда
8. Функции маркетинга и их содержание.
9. Виды организационных структур службы маркетинга.
10. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга.
11. Структура плана маркетинга и содержание его основных разделов.
12. Типовые варианты стратегий в маркетинге.
13. Характеристика основных видов маркетинга.
14. Сегментация рынка. Критерии.
15. Целевая сегментация рынка и позиционирование товара.
16. Карта позиционирования продукции по параметрам качество - цена.
17. Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом.
18. Маркетинговые исследования. Методы получения данных в маркетинге.

### Раздел 4 Комплекс маркетинга

1. Товар в системе маркетинга. Общая характеристика товара.
2. Новые товары и фактор времени. Модернизация товара как элемент товарной политики.
3. Жизненный цикл товара.

4. Товарный знак и его сущность. Особенности продвижения марочных товаров на рынок.
5. Упаковка и маркировка товаров.
6. Формирование ассортимента товаров и управление им.
7. Исследование товарных рынков.
8. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
9. Методика определения уровня качества и конкурентоспособности товара.
10. Товародвижение и каналы распределение товаров.
11. Основные элементы системы товародвижения, организация и управление товародвижением.
12. Оптовая и розничная формы торговли (характеристика, особенности).
13. Ценообразование в системе маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция.
14. Методы установления цен на товары.
15. Характеристика видов цен.
16. Система коммуникаций в маркетинге.
17. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
18. Стимулирование сбыта товаров.
19. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
20. Паблик рилейшенз (характеристика, особенности).
21. Выставки и ярмарки, как составляющие маркетинговых коммуникаций.
22. Особенности проведения рекламной компании методом "Direct Mail".
23. Характеристика основных мотивов поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей на рынке. Защита прав потребителей. Определение емкости рынка.
24. Управление маркетингом на предприятии.
25. Маркетинг услуг.
26. Планирование маркетинга.

При проведении устного опроса обучающимся будет задано два вопроса, на которые они должны дать ответы.

Критерии оценивания:

- 100 баллов – при правильном и полном ответе на два вопроса;
- 75–99 баллов – при правильном и полном ответе на один из вопросов и правильном, но не полном ответе на другой из вопросов;
- 60–74 баллов - при правильном и неполном ответе на два вопроса или правильном и полном ответе только на один из вопросов;
- 25–59 баллов – при правильном и неполном ответе только на один из вопросов;
- 0–24 баллов – при отсутствии правильных ответов на вопросы.

Шкала оценивания устного опроса:

Количество баллов	0-24	25-64	65-84	60-100
Шкала оценивания	неуд	удовл	хорошо	отлично

**В выполнении тестов по разделам в системе Moodle.** Общий перечень вопросов по тесту приведен в системе электронного обучения Moodle. Тестирование организовано с использованием ресурсов ЭИОС филиала КузГТУ

Примеры тестовых заданий по разделу 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями:

1. Основатели школы научного управления:

- а) Л. Урвик
- б) Э. Мэйо
- в) Л. Гилбрет
- г) Ф. Терблиг

1. Школа науки управления существовала в ... годах:

- а) 1950-х – по настоящее время
- б) 1940-х – по настоящее время
- в) 1930-х – 1950-х
- г) 1920-х – 1950-х

3. Развитие принципов управления – это вклад в развитие управления школы:

- а) научного управления
- б) классической
- в) человеческих отношений
- г) науки управления

4. Автор, которому приписывается первоначальная разработка процессного подхода:

- а) М. Вебер
- б) Ф. Тейлор
- в) М. П Фоллет
- г) А. Файоль

5. Принципы управления А. Файоля:

- а) дисциплина
- б) демократический централизм
- в) плюрализм
- г) единоначалие

Примеры тестовых заданий по разделу 3 Основы маркетинга:

1. Цель маркетинговой разведывательной системы ...

- 1. предоставление сведений о конкурирующей компании в данный момент времени
- 2. предоставление сведений о потребителях
- 3. предоставление сведений о совокупности конкурентов
- 4. предоставление сведений о ситуации на рынке в данный момент времени

2. Метод формирования выборки, представляющий всем элементам совокупности равный шанс войти в выборку, называется:

- 1. на основе квот
- 2. формирование выборки в процессе обследования
- 3. на основе суждений
- 4. вероятностный

3. Процесс сбора данных, их обработка и подготовка отчета о результатах для принятия оперативных и стратегических решений в системе предпринимательства представляет собой...

- 1. маркетинговые информационные системы
- 2. маркетинговое исследование
- 3. информационный поток
- 4. кабинетные исследования

4. Продуктом функционирования маркетинговой информационной системы фирмы является

...

1. результат финансовой деятельности фирмы  
 2. база данных о состоянии маркетинговой среды фирмы и отчеты о маркетинговых исследованиях

- 3. банк методов и моделей фирмы
- 4. совокупность источников первичной и вторичной информации
- 5. Первичные данные представляют ...
- 1. первые поступления информации о продажах

2. появление данных о «товаре-новинке»
3. начальные данные о товарах и услугах
4. информацию, собранную для конкретной цели впервые
6. По временному признаку в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования ...

1. объемов продаж
2. ретроспективное
3. прогнозное
4. вторичное

7. Отличие панельного исследования от простого заключается в том, что оно проводится ...

1. на одной и той же выборке по разным темам
2. по одной и той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени
3. по одной и той же теме на разных выборках
4. на разных выборках по разным темам

8. Под первичными данными следует понимать данные, которые ...

1. впервые опубликованы в средствах массовой информации
2. вы получаете их первыми, например, из статуправления города
3. имеются в текущей, внутренней отчетности только вашей фирмы
4. ранее не существовали и вы их собираете впервые

9. Метод сбора «бюро вырезок по тематике заказчика» – это ...

1. контент-анализ
2. эксперимент
3. интервьюирование
4. наблюдение

10. В практике маркетинга маркетинговые исследования являются инструментом, с помощью которого организация может ...

1. повысить качество решения проблем потребителя
2. снизить неопределенность и риск деятельности
3. максимизировать прибыль и рентабельность
4. минимизировать затраты

11. По виду показателей, характеризующих объекты исследования, в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования ...

1. структуры спроса
2. системы товародвижения
3. конкурентов
4. объема продаж

В тесте 25 вопросов. За каждый правильный ответ присваивается 4 балла.

Критерии оценивания тестовых заданий: сумма баллов по текущей аттестации соответствует доле правильных ответов.

- 75 – 100 баллов – при ответе на >75% вопросов

- 0 – 74 баллов – при ответе на <75% вопросов

Количество баллов	0-74	75-100
Шкала оценивания	Не зачтено	Зачтено

### 5.2.2 Оценочные средства при промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является зачет, в процессе которого определяется сформированность обозначенных в рабочей программе компетенций.

Инструментом измерения сформированности компетенций являются ответы на вопросы во время устного опроса по темам лекций, выполненный тест, вопросы на зачете.

На зачете обучающийся отвечает на 2 вопроса в письменной форме.

Вопросы к зачету по Менеджменту:

1. Сущность, цели и задачи менеджмента.
2. Механизм менеджмента: виды, функции, методы и принципы менеджмента.
3. Элементы менеджмента. Условия эффективного взаимодействия между объектом и субъектом управления.
4. Понятие организации как явления и как процесса. Характеристика организации как системы.
5. Жизненный цикл организации. Характеристика основных изменений, происходящих в организации в ходе ее жизненного цикла.
6. Характеристика внешней среды: среда прямого и косвенного воздействия.
7. Менеджер и его социальные роли.
8. Школа научного управления. Принципы научного управления Тейлора и его последователей.
9. Школа административного управления и ее взгляд на развитие менеджмента. Универсальные принципы управления: разработка рациональной системы управления организацией и принципы построения структуры организации и управления работниками.
10. Основные направления становления единой системы управления. Процессуальный, системный и ситуационные подходы к управлению.
11. Понятие и характеристика этапов процесса обмена информацией. Управленческая информация и закономерность ее движения. Характеристики коммуникационных сетей.
12. Служебное общение и его трудности. Методы и приемы совершенствования коммуникативной среды.  
Организация собраний и деловых бесед.
13. Понятие управленческих решений и их классификация.
14. Принятие управленческого решения в условиях неопределенности и риска. Условия снижения риска при принятии решения.
15. Сущность и процесс стратегического управления. Характеристика этапов стратегического управления.  
Миссия и цели организации.
16. Анализ внешней и внутренней среды Инструменты анализа ПЭСТ, СВООТ — матрицы.
17. Этапы выбора стратегии. Характеристика стратегий конкурентного поведения на рынке (матрица М. Портера).
18. Типы стратегий развития бизнеса, их характеристика и условия выбора (по Стринкленду-Томпсону).
19. Типы стратегий развития бизнеса. Характеристика инструмента выбора -матрица Ансоффа.
20. Характеристика матрицы БКГ, ее достоинства и недостатки.
21. Характеристика этапов реализации, управления и контроля за выполнением стратегии.
22. Понятие полномочий и делегирование полномочий в организации.
23. Механистические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
24. Виды и характеристика дивизиональных структур, условия эффективного применения.
25. Линейно-функциональная структура, условия эффективного применения.
26. Органические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
27. Матричная организационная структура и ее характеристика.
28. Сетевые организационные структуры, причины их появления, преимущества и трудности использования.
29. Организационные структуры горизонтального типа, их виды: общие признаки и преимущества.
30. Мотивационные основы управления. Сравнительный анализ различных теорий мотивации.
31. Содержательные теории мотивации, их характеристика: теория иерархии потребностей А. Маслоу, двухфакторная теория Ф. Герцберга, теория приобретения потребностей Манкленданда.

32. Теории процесса мотивации, их характеристика: теория ожидания, теория справедливости, теория Портера - Лоулера.
33. Современные методы мотивации персонала.
34. Понятие контроля в организации. Принципы осуществления контроля.
35. Характеристика этапов процесса контроля. Характеристика эффективного контроля.
36. Понятие обновление организации. Виды, методы и предпосылки преобразований.
37. Модель управление изменениями в организации. Характеристика этапов.
38. Причины сопротивления организационным изменениями и методы устраниения сопротивления.
39. Понятие лидерства и руководства. Характеристика традиционных теорий лидерства. Характеристика новых подходов к лидерству.
40. Конфликты в системе управления. Виды и причины конфликтов. Способы управления конфликтными ситуациями.
41. Понятие власти. Типы и характеристика власти и влияния.
42. Эффективные формы влияния на сотрудников.
43. Социальная ответственность и этика менеджмента. Типы социального поведения организации.
44. Понятие культуры организации, ее функции, содержание.

#### Вопросы к зачету по Маркетингу:

1. Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинга.
2. Социально-экономическая сущность маркетинга. Определения маркетинга.
3. Концепции маркетинга. Основные требования, предъявляемые к социально-этическому маркетингу.
4. Комплекс маркетинга.
5. Цели маркетинга.
6. Основные принципы маркетинга.
7. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда 8. Функции маркетинга и их содержание.
9. Виды организационных структур службы маркетинга.
10. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга.
11. Структура плана маркетинга и содержание его основных разделов.
12. Типовые варианты стратегий в маркетинге.
13. Характеристика основных видов маркетинга.
14. Сегментация рынка. Критерии.
15. Целевая сегментация рынка и позиционирование товара.
16. Карта позиционирования продукции по параметрам качество - цена.
17. Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом.
18. Маркетинговые исследования. Методы получения данных в маркетинге.
19. Товар в системе маркетинга. Общая характеристика товара.
20. Новые товары и фактор времени. Модернизация товара как элемент товарной политики.
21. Жизненный цикл товара.
22. Товарный знак и его сущность. Особенности продвижения марочных товаров на рынок.
23. Упаковка и маркировка товаров.
24. Формирование ассортимента товаров и управление им.
25. Исследование товарных рынков.
26. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
27. Методика определения уровня качества и конкурентоспособности товара.
28. Товародвижение и каналы распределение товаров.
29. Основные элементы системы товародвижения, организация и управление товародвижением.
30. Оптовая и розничная формы торговли (характеристика, особенности).
31. Ценообразование в системе маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция.

32. Методы установления цен на товары.
33. Характеристика видов цен.
34. Система коммуникаций в маркетинге.
35. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
36. Стимулирование сбыта товаров.
37. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
38. Паблик рилейшенз (характеристика, особенности).
39. Выставки и ярмарки, как составляющие маркетинговых коммуникаций.
40. Особенности проведения рекламной компании методом "Direct Mail".
41. Характеристика основных мотивов поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей на рынке. Защита прав потребителей. Определение емкости рынка.
42. Управление маркетингом на предприятии.
43. Маркетинг услуг.
44. Планирование маркетинга.

Критерии оценивания при ответе на вопросы:

- 85-100 баллов – при правильном и полном ответе на два вопроса;
- 65-84 баллов – при правильном и полном ответе на один из вопросов и правильном, но не полном ответе на другой из вопросов;
- 50-64 баллов – правильном и полном ответе только на один из вопросов;
- 0...49 баллов – при отсутствии правильных ответов на вопросы.

Шкала оценивания на зачете

Количество баллов	0-49	50-64	65-84	85-100
Шкала оценивания	неуд	удовл	хорошо	отлично
	Не зачтено		Зачтено	

## **2.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

При проведении текущего контроля успеваемости в форме опроса по распоряжению педагогического работника обучающиеся убирают все личные вещи, электронные средства связи, печатные и (или) рукописные источники информации, достают чистый лист бумаги любого размера и ручку. На листе бумаги записываются Фамилия, Имя, Отчество (при наличии), номер учебной группы и дата проведения текущего контроля успеваемости. Педагогический работник задает вопросы, которые могут быть записаны на подготовленный для ответа лист бумаги. В течение установленного педагогическим работником времени обучающиеся письменно формулируют ответы на заданные вопросы. По истечении установленного времени лист бумаги с подготовленными ответами обучающиеся передают педагогическому работнику для последующего оценивания результатов текущего контроля успеваемости.

Результаты текущего контроля успеваемости доводятся до сведения обучающихся в течение трех учебных дней, следующих за днем проведения текущего контроля успеваемости, и могут быть учтены педагогическим работником при промежуточной аттестации. Результаты промежуточной аттестации доводятся до сведения обучающихся в день проведения промежуточной аттестации. При подготовке ответов на вопросы при проведении текущего контроля успеваемости и при прохождении промежуточной аттестации обучающимся запрещается использование любых электронных средств связи, печатных и (или) рукописных источников информации. В случае обнаружения педагогическим работником факта использования обучающимся при подготовке ответов на вопросы указанных источников информации – оценка результатов текущего контроля успеваемости и (или) промежуточной аттестации соответствует 0 баллов.

При прохождении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, допускается присутствие в помещении лиц, оказывающим таким обучающимся соответствующую помощь, а для подготовки ими ответов отводится дополнительное время с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.