

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Курганский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «КГУ»)

Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени
Т.С. Мальцева – филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Курганский государственный университет»
(Лесниковский филиал ФГБОУ ВО «КГУ»)

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

_____ / Н.В. Дубив /

«27» января 2023 г..

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.10 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность среднего профессионального образования

19.02.07 Технология молока и молочных продуктов

Квалификация:

Техник-технолог

Форма обучения

Очная, заочная

Лесниково

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта – ФГОС СПО по специальности 19.02.07 Технология молока и молочных продуктов, утвержденного приказом Минобрнауки России от 22.04.2014 г. № 378.

Разработчик (и):

к. с.-х. н., доцент

_____ М.В. Карпова

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии ФГБОУ ВО Курганская ГСХА « 23 » июня 2022 г. протокол № 6 .

Заведующая отделом планирования и организации
учебного процесса

учебно-методического управления _____

А.У. Есембекова

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 19.02.07 Технология молока и молочных продуктов, утвержденного приказом Минобрнауки России от 22.04.2014 г. № 378.

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является общепрофессиональной дисциплиной профессионального учебного цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 19.02.07 Технология молока и молочных продуктов.

1.3 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.

Цель учебной дисциплины – изучение теоретических основ экономики, менеджмента и маркетинга и формирование навыков практического их применения при решении конкретных задач эффективного развития производства АПК, возникающих в процессе профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с сущностью и методологической базой экономики, менеджмента и маркетинга;
- ознакомить студентов с условиями рыночного ведения хозяйства;
- способствовать формированию у студентов навыков и умений в вопросах формирования и реализации товарной и ценовой политики предприятия;
- эффективного сбыта сельскохозяйственной продукции, продвижения её на новые рынки;
- навыков успешной конкурентной борьбы;
- научить студентов способам и методам рыночного ведения хозяйства, управления персоналом предприятия, качеством труда и продукции при осуществлении профессиональной деятельности;
- сформировать у студентов управленческое мышление при решении вопросов профессиональной компетенции.

Формируемые общекультурные (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3	Принимать решения в стандартных и не стандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессионально деятельности.
ПК1.1	Принимать молочное сырье на переработку.
ПК1.2	Контролировать качество сырья.
ПК1.3	Организовывать и проводить первичную переработку сырья в соответствии с его качеством.
ПК2.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания.
ПК2.2	Изготавливать производственные закваски и растворы сычужного фермента.
ПК2.3	Вести технологические процессы производства цельномолочных продуктов.
ПК2.4	Вести технологические процессы производства жидких и пастообразных продуктов детского питания
ПК2.5	Контролировать качество цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания
ПК2.6	Обеспечивать работу оборудования для производства цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания.
ПК3.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты
ПК3.2	Вести технологические процессы производства различных сортов сливочного масла
ПК3.3	Вести технологические процессы производства напитков из пахты
ПК3.4	Контролировать качество сливочного масла и продуктов из пахты
ПК3.5	Обеспечивать работу оборудования при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты
ПК4.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке сыра и продуктов из молочной сыворотки.
ПК4.2	Изготавливать бактериальные закваски и растворы сычужного фермента.
ПК4.3	Вести технологические процессы производства различных видов сыра.
ПК4.4	Вести технологические процессы производства продуктов из молочной сыворотки.

ПК4.5	Контролировать качество сыра и продуктов из молочной сыворотки.
ПК.4.6	Обеспечивать работу оборудования для производства различных видов сыра и продуктов из молочной сыворотки.
ПК5.1	Планировать основные показатели производства продукции оказания услуг в области производства молочной продукции
ПК5.2	Планировать выполнение работ и оказание услуг исполнителями
ПК5.3	Организовывать работу трудового коллектива
ПК5.4	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ и оказания услуг исполнителями
ПК5.5	Изучать рынок и конъюнктуру продукции и услуг в области производства молочной продукции

Планируемые результаты освоения дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Код ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5	<ul style="list-style-type: none"> - общечеловеческие ценности, этические нормы и правила поведения в трудовом коллективе, рабочей группе; значимость профессиональной деятельности по профессии (специальности), социальная ориентация; - эффективная организация рабочего и личного времени, методы и способы реализации профессиональных задач; - значимость коллективных решений, работа в группе, управленческие решения, виды ответственности; - приемы структурирования информации, этапы профессионального роста и развития; - номенклатура информационных и коммуникационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - виды коммуникации, принципы делового общения в коллективе, этикет, работа в команде; - стили управления и эффективность их применения, виды ответственности этапы профессионального роста, планирование карьеры, личностный рост; - основные положения экономической теории, принципы рыночной экономики, формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации, маркетинговые исследования; - современное состояние и перспективы развития отрасли, ресурсы организации, использование их в производстве; - качество и уровни конкурентоспособности в маркетинге роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике, организация производственной и проектной деятельности коллектива; - сбытовая и ассортиментная политика организации, управление спросом; - качество и уровни 	<ul style="list-style-type: none"> Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес; - организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; - принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; - работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий; - самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; - ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности, анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; - принимать молочное сырье на переработку; - контролировать качество сырья; - организовывать и проводить первичную переработку сырья в соответствии с его качеством; - контролировать соблюдение требований к сырью при выработке цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания; изготавливать производственные закваски

<p>конкурентоспособности в маркетинге;</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация производственной и проектной деятельности коллектива; - организация производственной и проектной деятельности коллектива; - коммуникационно-стимулирующая политика организации; - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; - производственные ресурсы и эффективность их использования; - организация производственной и проектной деятельности коллектива; - организация производственной и проектной деятельности коллектива <p>оценка конкурентоспособности готовой продукции, торговая марка;</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; - сбытовая, ассортиментная, коммуникационно-стимулирующая политика организации, управление спросом; - организация производственной и проектной деятельности коллектива <p>механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация производственной и проектной деятельности коллектива; - качество и уровни конкурентоспособности в маркетинге <p>основные и оборотные фонды, их использование в производственном цикле;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные технико-экономические показатели деятельности организации <p>виды планов и их взаимосвязь;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; - механизмы формирования заработной платы; формы оплаты труда; - содержание актуальной учетно-отчетной документации, профессиональная терминология. 	<p>вести технологические процессы производства цельномолочных продуктов</p> <p>вести технологические процессы производства жидких и пастообразных продуктов детского питания</p> <p>контролировать качество цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания</p> <p>обеспечивать работу оборудования для производства цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания</p> <p>контролировать соблюдение требований к сырью при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты</p> <p>вести технологические процессы производства различных сортов сливочного масла</p> <p>вести технологические процессы производства напитков из пахты</p> <p>контролировать качество сливочного масла и продуктов из пахты</p> <p>обеспечивать работу оборудования при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты</p> <ul style="list-style-type: none"> - контролировать соблюдение требований к сырью при выработке сыра и продуктов из молочной сыворотки; - изготавливать бактериальные закваски и растворы сычужного фермента; - вести технологические процессы производства различных видов сыра; - вести технологические процессы производства продуктов из молочной сыворотки; - контролировать качество сыра и продуктов из молочной сыворотки; - обеспечивать работу оборудования для производства различных видов сыра и продуктов из молочной сыворотки; - участвовать в планировании основных показателей производства, рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - планировать выполнение работ исполнителями; - организовывать работу трудового коллектива; - контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.
---	---

В ходе освоения дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга учитывается движение к достижению личностных результатов обучающимися (личностные результаты определены рабочей программой воспитания).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах	
	очная	заочная
Обязательная учебная нагрузка, в том числе	98	24
лекции, уроки	78	14
лабораторные работы	-	-
практические занятия	20	10
консультации	10	-
курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	40	124
Промежуточная аттестация в форме экзамена	-	-
Всего по дисциплине	148	148

2.2 Тематический план и содержание дисциплины ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
Раздел 1. Экономика			
Тема 1.1 Основы экономики	<i>Содержание учебного материала</i>		
	1 Основные понятия экономики 2 Рынок продавца. Рынок покупателя 3 Заработная плата работников	12	ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5;
	<i>Практическая работа №1</i>	2	ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	<i>Самостоятельная работа</i>	6	
Тема 1.2 Основные характеристики рынка	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.
	1 Элементы рынка и факторы, определяющие его развитие 2 Законы рынка 3 Основные показатели, характеризующие рынок	14	
	<i>Практическая работа №2-3</i>	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	6	
Раздел 2. Маркетинг			
Тема 2.1 Сущность маркетинга	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1 Задачи, принципы, функции маркетинга 2 Концепции маркетинга 3 Система маркетинговых исследований 4 Внешняя среда и комплекс маркетинга	12	
	<i>Практическая работа № 4-5</i>	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	6	
Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5;
	1 Исследование товарных рынков 2 Сегментирование товарного рынка и выбор стратегии охвата рынка	14	

	3 Товар и товарная политика 4 Маркетинговый контроль		ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	<i>Практическая работа № 6-7</i>	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	8	
Раздел 3. Менеджмент			
Тема 3.1 Основы менеджмента	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1 Сущность менеджмента 2 Функции и принципы менеджмента 3 Методы менеджмента 4 Организация. Виды организационных структур	12	
	<i>Практическая работа № 8</i>	2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	6	
Тема 3.2 Менеджмент на предприятии	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1. Сущность управленческого решения 2. Коммуникации 3. Мотивация персонала 4. Лидерство и руководство	14	
	<i>Практическая работа № 9-10</i>	4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	8	
	Консультации	10	
	Промежуточная аттестация в форме экзамена		
	Итого	148	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
Раздел 1. Экономика			
Тема 1.1 Основы экономики	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1 Основные понятия экономики 2 Рынок продавца. Рынок покупателя 3 Зарботная плата работников	2	
	<i>Практическая работа №1</i>	1	
	<i>Самостоятельная работа</i>	20	
Тема 1.2 Основные характеристики рынка	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.
	1 Элементы рынка и факторы, определяющие его развитие 2 Законы рынка 3 Основные показатели, характеризующие рынок	2	
	<i>Практическая работа №1</i>	1	
	<i>Самостоятельная работа</i>	20	
Раздел 2. Маркетинг			
Тема 2.1 Сущность маркетинга	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6;
	1 Задачи, принципы, функции маркетинга 2 Концепции маркетинга	4	

	3 Система маркетинговых исследований 4 Внешняя среда и комплекс маркетинга		ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	<i>Практическая работа №3</i>	2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	24	
Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1 Исследование товарных рынков 2 Сегментирование товарного рынка и выбор стратегии охвата рынка 3 Товар и товарная политика 4 Маркетинговый контроль	2	
	<i>Практическая работа №4</i>	2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	20	
Раздел 3. Менеджмент			
Тема 3.1 Основы менеджмента	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1 Сущность менеджмента 2 Функции и принципы менеджмента 3 Методы менеджмента 4 Организация. Виды организационных структур	2	
	<i>Практическая работа № 5</i>	2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	20	
Тема 3.2 Менеджмент на предприятии	<i>Содержание учебного материала</i>		ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5
	1. Сущность управленческого решения 2. Коммуникации 3. Мотивация персонала 4. Лидерство и руководство	2	
	<i>Практическая работа №5</i>	2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	20	
	Консультации	10	
	Промежуточная аттестация в форме экзамена		
	Итого	148	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА».

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Виды и формы учебной деятельности	Наименование помещения	Наличие материально-технического обеспечения
Лекции	Здание главного корпуса Этаж четвертый Кабинет № 401 «Для проведения занятий лекционного типа»	Для проведения лекционных занятий, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Оборудование: доска, рабочее место преподавателя, количество посадочных мест – 36. Технические средства обучения: проектор, экран для проектора, портативный компьютер. Программное обеспечение: 1 Операционная система семейства Windows 7/8;

		2 Microsoft windows XP Home Russian 672; 3 Пакет офисных программ MicrosoftOffice 2007, 4Microsoft windows server 2008
Практические занятия, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация	Здание главного корпуса Этаж четвертый Кабинет № 431 «Для проведения практических занятий»	Для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Оборудование: доска, рабочее место преподавателя, количество посадочных мест –14. Технические средства обучения: компьютеры в сборе, комплект учебно-методической документации, наглядные пособия. Программное обеспечение: 1. Операционная система MicrosoftWindowsProfessional 7 2. Пакет офисных программ MicrosoftOffice 2007. 3. 3. Kaspersky Endpoint Sekurity.
Самостоятельная работа обучающихся	Здание главного корпуса Кабинет № 216, читальный зал Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Помещение для самостоятельной работы обучающихся Технические средства обучения: компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» (ЭБС «Znanium.com», ЭБС «AgriLib», Научная библиотека «eLYBRARY.RU») и обеспечением доступа в электронную образовательную среду Академии. Специальная учебная, учебно-методическая и научная литература.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Дробышева Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие. - 5-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093460>
- 2 Фридман А. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: учебник. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021- 229 с. - (Среднее профессиональное образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/7170>. - ISBN 978-5-369-01516-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234164>

Дополнительные источники

1. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 288 с. - ISBN 978-5-9776-0085-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2125913>.

2. Кнышова Е. Н. Менеджмент : учебное пособие / Е.Н. Кнышова. — Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 304 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0106-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1141806>

3. Липсиц И.В. Экономика: учебник/ И.В.Липсиц М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016.–607с.Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.550145>

Интернет-ресурсы для обучающихся и преподавателей

1. <http://www.consultant.ru/> - Информационно-справочная система Консультант Плюс.

2. <https://www.garant.ru/> - Информационно-справочная система Гарант.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА».

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Знание:</p> <p>общечеловеческие ценности, этические нормы и правила поведения в трудовом коллективе, рабочей группе; значимость профессиональной деятельности по профессии (специальности), социальная ориентация; эффективная организация рабочего и личного времени, методы и способы реализации профессиональных задач; значимость коллективных решений, работа в группе, управленческие решения, виды ответственности; приемы структурирования информации, этапы профессионального роста и развития; номенклатура информационных и коммуникационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; виды коммуникации, принципы делового общения в коллективе, этикет, работа в команде; стили управления и эффективность их применения, планирование карьеры, личностный рост; основные положения экономической теории, принципы рыночной экономики, формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации, маркетинговые исследования; современное состояние и перспективы развития отрасли, ресурсы организации, использование их в производстве; качество и уровни конкурентоспособности в маркетинге; роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике, организация производственной и проектной деятельности коллектива; сбытовая и ассортиментная политика организации, управление спросом; коммуникационно-стимулирующая политика организации; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; производственные ресурсы и эффективность их использования; оценка конкурентоспособности готовой продукции, торговая марка; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; сбытовая, ассортиментная, организации.; механизмы ценообразования на продукцию (услуги); виды планов и их взаимосвязь; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; механизмы формирования заработной платы; формы оплаты труда; содержание актуальной учетно-отчетной документации, профессиональная терминология</p>	<p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический материал, свободно владеет понятийно-категориальным аппаратом и инструментарием дисциплины в решении прикладных задач, в дискуссионном обсуждении вопросов.</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает теоретический материал курса, владеет «базовым» набором терминов и понятий дисциплины, умеет в большинстве случаев правильно применять инструментарий дисциплины в решении прикладных задач, в дискуссионном обсуждении вопросов.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он частично знает теоретический материал курса, владеет некоторым набором терминов и понятий дисциплины, умеет только в некоторых случаях правильно применять инструментарий дисциплины в решении прикладных задач, в дискуссионном обсуждении вопросов.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает теоретический материал курса, не владеет понятийно-категориальным аппаратом и инструментарием дисциплины в решении прикладных задач, в дискуссионном обсуждении вопросов.</p>	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся по следующим формам текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устный опрос; – тестирование; – доклады <p>Форма итогового контроля (промежуточная аттестация): экзамен</p>
<p>Умение:</p>		

<p>понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес; организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий; самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности, анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; принимать молочное сырье на переработку; контролировать качество сырья; организовывать и проводить первичную переработку сырья в соответствии с его качеством; контролировать соблюдение требований к сырью при выработке цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания; изготавливать производственные закваски; вести технологические процессы производства цельномолочных продуктов; вести технологические процессы производства жидких и пастообразных продуктов детского питания; контролировать качество цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания; обеспечивать работу оборудования для производства цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания; контролировать соблюдение требований к сырью при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты; вести технологические процессы производства различных сортов сливочного масла; вести технологические процессы производства напитков из пахты; контролировать качество сливочного масла и продуктов из пахты; обеспечивать работу оборудования при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты; контролировать соблюдение требований к сырью при выработке сыра и продуктов из молочной сыворотки; изготавливать бактериальные закваски и</p>		
--	--	--

<p>растворы сычужного фермента; вести технологические процессы производства различных видов сыра; вести технологические процессы производства продуктов из молочной сыворотки; контролировать качество сыра и продуктов из молочной сыворотки; обеспечивать работу оборудования для производства различных видов сыра и продуктов из молочной сыворотки; участвовать в планировании основных показателей производства, рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; планировать выполнение работ исполнителями; организовывать работу трудового коллектива; контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями; вести утвержденную учетно-отчетную документацию</p>		
---	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверять у обучающихся сформированность общих и профессиональных компетенций и обеспечивающих их умений.

Комплект заданий для проведения текущего контроля успеваемости и итоговой аттестации по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» приводится в фонде оценочных средств (или в контрольно-измерительных материалах), входящих в фонд оценочных средств (ФОС) по специальности.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Курганская государственная сельскохозяйственная академия
имени Т.С. Мальцева»
(ФГБОУ ВО Курганская ГСХА)
Учебно-методическое управление

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая отделом планирования и
организации учебного процесса учебно-
методического управления
_____ А.У. Есембекова
« ____ » _____ 2022 г.

Фонд оценочных средств

ОП.10 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность среднего профессионального образования
19.02.07 Технология молока и молочных продуктов

Квалификация:
Техник-технолог

Форма обучения
Очная, заочная

Лесниково

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (далее ФОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по ФГОС СПО по специальности 19.02.07 Технология молока и молочных продуктов, утвержденного приказом Минобрнауки России от 22.04.2014 г. № 378 в части овладения усвоенных знаний, сформированности общих компетенций и обеспечивающих их умений.

ФОС представляет собой комплект заданий для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине ОП.10 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности 19.02.07 Технология молока и молочных продуктов, утвержденного приказом Минобрнауки России от 22.04.2014 г. № 378.

ФОС включает контрольные материалы и рекомендации для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного экзамена.

Контролируемые разделы, темы дисциплины*	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства**	
		текущий контроль	контроль самостоятельной работы
Раздел 1. Экономика			
Тема 1.1 Основы экономики	ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5	Практическое занятие №1 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа №1 Рефераты
Тема 1.2 Основные характеристики рынка		Практическое занятие №2,3 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа №2 Рефераты
Раздел 2. Маркетинг			
Тема 2.1 Сущность маркетинга	ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5	Практическое занятие №4,5 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа №3 Рефераты
Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности		Практическое занятие № 6,7 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа №4 Рефераты
Раздел 3. Менеджмент			
Тема 3.1 Основы менеджмента	ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5	Практическое занятие № 8 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа № 5 Рефераты
Тема 3.2 Менеджмент на предприятии		Практическое занятие № 9,10 Устный опрос, тесты	Самостоятельная работа № 6 Рефераты

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Не предусмотрен.

3. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (по видам контроля)

3.1 Устный опрос

Текущий контроль проводится в форме устного опроса во время проведения практического занятия с целью оценки знаний, умений по теме.

Раздел 1. Экономика

Тема 1.1 Основы экономики

Практическое занятие №1.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. Структура общественного производства.
2. Свободные и экономические блага.
3. Ограниченность ресурсов.
4. Альтернативная стоимость.
5. Кривая производственных возможностей.
6. Факторы производства.
7. Экономическая эффективность производства.
8. Типы экономических систем.
9. Собственность как экономическая категория.
10. Основные формы собственности.
11. Реформирование отношений собственности.
12. Приватизация.

Тема 1.2 Основные характеристики рынка

Практическое занятие №2,3

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. Рыночная система.
2. Функции рынка
3. Субъективно – объективная структура рынка.
4. Классификация структуры рынка.
5. Инфраструктура рынка.
6. Позитивные и негативные стороны рынка.
7. Рыночный механизм.
8. Основы теории потребительского поведения.

Раздел 2. Маркетинг

Тема 2.1 Сущность маркетинга

Практическое занятие №4,5

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. Сущность, цели и структура маркетинга
2. Содержание (принципы и функции) маркетинга на предприятии
3. Концепции маркетинга
4. Виды маркетинга.
5. Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности

6. Процесс управления маркетингом
7. Организационные структуры служб маркетинга на предприятии

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности

Практическое занятие №6,7.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. Цели, принципы и методы исследований в маркетинге
2. Маркетинговая информация
3. Порядок (содержание) маркетингового исследования
4. План сбора первичных данных

Раздел 3. Менеджмент

Тема 3.1 Основы менеджмента

Практическое занятие № 8.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. В чем отличие управленческого труда от других видов трудовой деятельности?
2. Почему руководителю нужен комплексный взгляд на вещи?
3. Какие принципы и функции управления, использовавшиеся при строительстве египетских пирамид, Моисеем при организации вывода израильтян из рабства, применяются в современном менеджменте?
4. Что такое принципы управления и как они связаны с целью и методами управления?
5. Какова роль методов в управлении современной организацией?
6. Организация. Жизненный цикл организации.
7. Внутренняя и внешняя среда организации.
8. Сетевые и виртуальные организации.
9. Эффективность деятельности организации.
10. Воспитание лояльности персонала компании.
11. Реструктуризация, реорганизация и реинжиниринг.
12. Проектирование организационных структур.
13. Процессный подход к менеджменту.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии

Практическое занятие № 9,10.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень вопросов для устного опроса

1. Что такое информационный шум и какие причины его вызывают?
2. Какова взаимосвязь между восприятием и обменом информацией?
3. Почему процесс коммуникаций нуждается в обратной связи?
4. В чем заключается опасность фильтрации информации для руководителей организации?
5. Каким образом организация может определить эффективность своих коммуникаций?
6. Опишите препятствия на путях межличностного информационного обмена.

Критерии оценки устного опроса:

- «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал разнообразных литературных источников;

- «хорошо» выставляется обучающемуся, если: он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

- «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий;

- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, несвязно излагает его, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Компетенции ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5. считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

3.2 Выбрать правильный ответ

Раздел 1. Экономика

Тема 1.1 Основы экономики

Практическое занятие №1

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1. Развитие экономического мышления людей способствует:

- а) ограничению свободы выбора;
- б) ориентации в сфере бизнеса;**
- в) повышению духовной культуры общества.

2. К материальным относятся потребности человека:

- а) в образовании;
- б) духовной культуре;
- в) бытовой технике.**

3. К субститутам относятся товары (услуги):

- а) удовлетворяющие исключительно материальные потребности человека;
- б) заменяющие друг друга при использовании;**
- в) дополняющие друг друга при использовании.

4. Месторождение нефти, обнаруженное на дачном участке, является таким экономическим ресурсом, как:

- а) предпринимательство;
- б) труд;
- в) земля.**

5. Знание экономических законов способствует:

- а) появлению большего количества свободного времени у человека;
- б) рациональному поведению в сфере производства и потребления;**
- в) обесцениванию личных сбережений.

6. К комплементарным относятся товары (услуги):

- а) дополняющие друг друга при использовании;**
- б) заменяющие друг друга при использовании;
- в) удовлетворяющие исключительно духовные потребности людей.

7. Компьютеры, обслуживающие работу фирмы, являются таким фактором производства, как

- а) капитал;
- б) труд;
- в) предпринимательство.

8. К базовым (первичным) потребностям относятся:

- а) социальные потребности;
- б) потребности в почете и уважении;
- в) физиологические потребности.

9. Ручка и писчая бумага являются производственным капиталом, когда:

- а) они лежат в портфеле;
- б) ученик решает задачу по математике;
- в) писатель пишет рукопись новой книги.

10. Связь между спросом и ценой на товар:

- а) прямо пропорциональна;
- б) обратно пропорциональна;
- в) отсутствует.

11. Если вы спрашиваете у продавца о стоимости компьютера, то в этом случае деньги выполняют функцию:

- а) меры стоимости;
- б) средства накопления;
- в) средства платежа.

12. Если вы купили в кредит компьютер и собираетесь внести определенную сумму в счет погашения долга, то в этом случае деньги выполняют функцию:

- а) меры стоимости;
- б) мировых денег;
- в) средства платежа.

13. Объем спроса на конкретный товар останется неизменным в случае:

- а) изменения цены на данный товар;
- б) изменения цены на товары-комplementы;
- в) высокого конкурса для поступающих в высшие учебные заведения.

14. Одна из функций современного домашнего хозяйства:

- а) утверждение законопроектов;
- б) потребление товаров и услуг;
- в) осуществление контроля за рыночными ценами.

15. К первичным (первоочередным) расходам домашнего хозяйства относится расход:

- а) на оплату обучения;
- б) покупку автомобиля;
- в) оплату жилья.

16. Увеличение удельного веса расходов на питание в бюджете семьи свидетельствует:

- а) о росте благосостояния семьи;
- б) снижении благосостояния семьи;
- в) стабильном уровне благосостояния семьи.

17. Один из главных факторов, влияющих на уровень благосостояния семьи:

- а) исследования в области космической индустрии;
- б) налогообложение; %
- в) возможность членов семьи реализовывать свои способности.**

Тема 1.2 Основные характеристики рынка

Практическое занятие №2,3.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1. Что определяет равновесие на рынке?

- а) цены и налоги
- б) предложение и спрос**
- в) конкуренция и монополия
- г) инфляция и безработица

2. Что означает термин "рыночная доля"?

- а) доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом**
- б) доля прибыли, получаемая компанией от продажи товара
- в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
- г) доля затрат на маркетинг от общего бюджета компании

3. Какой тип рынка характеризуется большим числом продавцов и покупателей?

- а) монополистическая конкуренция
- б) монополия
- в) олигополия
- г) совершенная конкуренция**

4. Что определяет эластичность спроса?

- а) чувствительность спроса к изменению цены**
- б) количество потребляемого товара
- в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
- г) количество продавцов и покупателей на рынке

5. Что такое ассортимент товаров на рынке?

- а) множество различных товаров, предлагаемых на рынке**
- б) состав продукции одной компании
- в) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке
- г) доля рыночной цены в стоимости товара

6. Что такое маргинальные издержки?

- а) дополнительные издержки при увеличении объема производства на одну единицу**
- б) общие издержки производства товара
- в) чистая прибыль компании
- г) издержки на маркетинг и рекламу товара

7. Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?

- а) состояние экономики
- б) размер компании-производителя
- в) уровень конкуренции на рынке**
- г) потребности потребителей

8. Что такое спрос?

- а) объем товаров или услуг, которые покупают на рынке**
- б) желание купить товар или услугу
- в) чистая прибыль компании
- г) изменение количества предложения товара на рынке

9. Что такое маржа на рынке?

- а) разница между ценой продажи и затратами на производство товара**
- б) стоимость продукта на рынке относительно его себестоимости
- в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
- г) доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом

10. Какой тип рынка характеризуется небольшим числом продавцов и монополистическим контролем над ценами?

- а) монополия
- б) олигополия**
- в) монополистическая конкуренция
- г) совершенная конкуренция

11. Что такое сегментация рынка?

- а) измерение спроса и предложения на рынке
- б) процесс выбора оптимальной цены товара
- в) определение доли рынка, которую контролирует конкретная компания
- г) разделение рынка на группы схожих потребителей**

12. Что такое конкуренция на рынке?

- а) состояние, при котором множество компаний борются за долю рынка**
- б) состояние, при котором одна компания контролирует большую часть рынка
- в) состояние, когда спрос превышает предложение товара
- г) взаимодействие продавцов и покупателей на рынке

13. Что такое потребность на рынке?

- а) желание потребителя получить определенный товар или услугу**
- б) возможность потребителя купить определенный товар или услугу
- в) доля спроса на рынке, занятая конкретной компанией
- г) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке

14. Что такое целевой рынок?

- а) отдельный рынок, на котором работает компания
- б) рынок, где компания ожидает достичь своих бизнес-целей**
- в) отдельный сегмент спроса на рынке
- г) рынок, на котором отсутствует конкуренция

15. Что означает термин "позиционирование на рынке"?

- а) процесс определения ожиданий потребителей от товара
- б) процесс занимания определенной ниши на рынке**
- в) процесс анализа рыночной конкуренции
- г) процесс определения ценовых стратегий

16. Что такое стимулирование спроса?

- а) процесс поддержки и развития спроса на рынке**
- б) временное снижение цены на товар для привлечения покупателей

- в) процесс установления цен на рынке
- г) процесс предотвращения спроса

17. Что означает термин "рыночные исследования"?

- а) процесс установления цен на рынке
- б) процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке**
- в) процесс выбора маркетинговых стратегий
- г) процесс определения доли рынка, занимаемой компанией

Раздел 2. Маркетинг

Тема 2.1 Сущность маркетинга

Практическое занятие №4,5

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1. Маркетинг — это процесс, состоящий:

- а) из определения потребностей покупателей**
- б) из определения платежной способности покупателей
- в) из желаний покупателей

2. Выделяют ... ключевых элемента концепции маркетинга:

- а) 3
- б) 4**
- в) 2

3. Потребительские свойства, такие как надежность, безопасность, экономичность, размер эксплуатационных расходов, марка, производительность, внешний вид, дизайн, определяют:

- а) рынок
- б) предложение
- в) товар**

4. Как называются ключевые элементы концепции маркетинга:

- а) 2Р
- б) 4Р**
- в) 3Р

5. Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано, но не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести, так ли это:

- а) нет
- б) отчасти
- в) да**

6. К основным функциям маркетинга относится:

- а) аналитическая**
- б) теоретическая
- в) практическая

7. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка:

- а) функция маркетинга

- б) цель маркетинга
- в) комплекс маркетинга**

8. Отвечает за организацию производства товаров и разработку новых технологий, организацию материально-технического снабжения и управление качеством:

- а) сбытовая
- б) функция управления и контроля
- в) производственная**

9. Отвечает за организацию сервиса, продаж, формирование и стимулирование сбыта, а также за проведение ценовой и товарной политики компании:

- а) сбытовая**
- б) функция управления и контроля
- в) производственная

10. Включает в себя стратегическое и оперативное планирование на предприятии, организацию контроля маркетинга:

- а) маркетинговое исследование
- б) функция управления и контроля**
- в) производственная

11. К задачам маркетинга относи(я)тся:

- а) комплексное изучение рынка
- б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребителей
- в) оба варианта верны**
- г) нет верного ответа

12. К задачам маркетинга относи(я)тся:

- а) планирование товарного ассортимента и цен
- б) формирование спроса
- в) оба варианта верны**
- г) нет верного ответа

13. Активный процесс получения заданного объема продаж путем использования практических средств, относящихся к понятию 4P:

- а) Стратегический маркетинг
- б) Практический маркетинг
- в) Операционный маркетинг**

14. Представляет собой постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров, предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов:

- а) Стратегический маркетинг**
- б) Практический маркетинг
- в) Операционный маркетинг

15. Развивающий маркетинг предприятие применяет, если имеет место спрос:

- а) потенциальный**
- б) позитивный
- в) негативный

16. Стратегия скидок с цен предполагает:

- а) установление цен на ходовые товары ниже их себестоимости
- б) покупку товаров с премией**
- в) установление зональных цен

17. Стратегия высоких цен применяется, как правило, к:

- а) любому товару, находящемуся на стадии внедрения на рынок
- б) товару, жизненный цикл которого вступил в стадию зрелости
- в) новому, впервые появившемуся на рынке и защищенному патентом товару**

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности

Практическое занятие №6,7

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1 По значению исследования цели могут быть?

- а) кабинетные или полевые
- б) правильного ответа нет
- в) поисковые, описательные или экспериментальные
- г) перспективные или текущие**
- д) все ответы верны

2 По источникам информации исследования могут быть?

- а) перспективные или текущие
- б) поисковые, описательные или экспериментальные
- в) все ответы верны
- г) кабинетные или полевые**
- д) правильного ответа нет

3 Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?

- а) правильного ответа нет
- б) полевую**
- в) кабинетную
- г) все ответы верны
- д) лабораторную

4 К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

- а) все ответы верны
- б) не относится к исследованиям
- в) правильного ответа нет
- г) кабинетные исследования**
- д) полевые исследования

5 Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?

- а) опрос
- б) эксперимент
- в) наблюдение**
- г) все ответы верны

д) правильного ответа нет

6 Анкетирование - это:

- а) опрос в форме письменных ответов на вопросы, приведенные в виде таблицы;
- б) изучение биографических данных респондента;
- в) составление перечня вопросов.

7 Для чего иногда проводится повторное контрольное обследование?

- а) для сбора дополнительных данных;
- б) чтобы учесть возможные изменения в совокупности;
- в) для выявления ошибок и повышения степени надежности информации.

8 Какую роль играет маркетинговая информация в управлении фирмой?

- а) она собирается для отчета в налоговой инспекции;
- б) она обеспечивает надежность принимаемых маркетинговых решений;
- в) она вообще не нужна фирме, успешно выступающей со своим товаром на рынке.

9 В чем проявляется эффективность маркетингового исследования?

- а) в экономном расходовании службой маркетинга финансовых средств фирмы;
- б) в достижении: цели, поставленной маркетингом фирмы;
- в) в проведении маркетингового исследования в соответствии с планом и в установленные сроки.

10 В чем заключается роль статистики в маркетинговом исследовании?

- а) в возможности использования компьютерной техники;
- б) в возможности использования графиков и диаграмм;
- в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей.

11 Маркетинговая информация—это:

- а) цифры, факты, сведения и другие данные, необходимые для оценки и прогноза маркетинговой деятельности;
- б) динамические ряды, характеризующие развитие экономики;
- в) статистический банк маркетинга.

12 Внутренняя маркетинговая информация – это:

- а) информация, собираемая фирмой;
- б) любая информация, которой располагает фирма;
- в) государственная информация, которую приобрела фирма.

13 Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:

- а) внешней информацией;
- б) внутренней первичной информацией;
- в) внутренней вторичной информацией.

14 «Мозговой штурм» является:

- а) психологической моделью;
- б) методом экспертных оценок;
- в) стратегией маркетинга.

15 Торговые корреспонденты – это:

- а) торговые партнеры;
- б) лица, присылающие в торговые организации жалобы;

в) торговые работники, за особую плату представляющие фирме конъюнктурную и другую маркетинговую информацию.

16 Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
- б) собрать информацию о вне рыночных организациях;
- в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.**

17 Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?

- а) руководство фирмы;**
- б) налоговая служба;
- в) статистические органы.

Раздел 3. Менеджмент

Тема 3.1 Основы менеджмента

Практическое занятие №8.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1 Управление – это:

- а) руководство производственной деятельностью, сбытом, финансами, персоналом и пр.
- б) целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления с целью приведения его в заданное состояние;**
- в) процесс управления в организации;
- г) общественный характер труда;
- д) морально-этические рычаги воздействия на персонал.

2 Выделяют следующие виды:

- а) управление в неживой природе;**
- б) управление в обществе;**
- в) управление в организмах;**
- г) управление временем.

3 Какое понятие шире:

- а) управление;**
- б) менеджмент;
- в) управление общественным производством;
- г) управление социально-политическими процессами.

4 Менеджмент – это

- а) наука;**
- б) искусство;**
- в) процесс управления в организации;**
- г) технология управления;
- д) управляющее звено в организации.**

5 основополагающая цель менеджмента любой организации в терминах рыночных отношений формулируется как

- а) удовлетворение запросов потребителей, обеспечивающее собственникам предприятия стабильную прибыль;**
- б) получение максимальной прибыли;
- в) обеспечение непрерывности процесса управления организацией в нестабильных условиях;

г) стабильность, качество, высокая эффективность.

6 Менеджмент – это процесс целенаправленного воздействия органа управления на объект управления для обеспечения эффективного функционирования и развития организации в специфических условиях хозяйствования:

- а) в условиях командной экономики;
- б) в условиях рыночной экономики.**

7 Какое утверждение, по вашему мнению, наиболее точно отражает предмет науки менеджмента:

- а) предмет науки менеджмента - отношения управления между людьми, управленческая деятельность и организационно - экономический механизм ее осуществления на уровне главного звена экономики - предприятия;
- б) предмет менеджмента как науки управления – исследование законов и закономерностей жизнедеятельности организации и отношения между работниками в процессе управления;
- в) предмет менеджмента как науки управления – внутриорганизационные процессы, связанные с взаимодействием людей в процессе достижения целей организации.**

8 Объектом менеджмента является

- а) организация;**
- б) люди;**
- в) финансовые ресурсы;
- г) технология;
- д) всё вышеперечисленное.

9 Субъектом менеджмента является

- а) организация;
- б) люди;
- в) руководители разного уровня;**
- г) коллектив работников.

10 Основу изучения дисциплины «менеджмент» составляет управление

- а) идеологическое;
- б) государственное;
- в) социальное;**
- г) хозяйственное.**

11 Какая школа управления разработала принципы, функции управления и систематизированный подход к управлению всей организацией?

- а) научного управления;
- б) административная;**
- в) поведенческих наук;
- г) количественная школа.

12 Стратегическое планирование предполагает выполнение следующих управленческих действий

- а) формирование (определение) миссии организации;**
- б) разработку политики реализации плана;**
- в) постановку целей;**
- г) разработку правил.

13 Реализация правил, процедур и линий поведения является содержанием ...

- а) предварительного контроля;**
- б) текущего контроля;
- в) заключительного контроля.

14 Общие характеристики у формальных и неформальных групп(

- а) лидеры;**
- б) задачи;**
- в) роли её членов;
- г) единомыслие.

15 Основные функции управления – это...

- а) управление;
- б) планирование;**
- в) мотивация;**
- г) координация;
- д) контроль.

16 Информацию для планирования и мотивации даёт контроль

- а) предварительный;
- б) текущий;
- в) заключительный.**

17 Мотивация – это...

- а) совокупность приемов и способов поведения;
- б) совокупность элементов, связанных между собой;
- в) побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе для достижения целей;**
- г) совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии

Практическое занятие № 9,10.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

1 Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно или спонтанно координируется для достижения

- а) прибыли;
- б) общей цели;**
- в) конкурентных преимуществ;
- г) рыночных позиций.

2 Выбор миссии организации определяется

- а) потребностями внешней среды;**
- б) корпоративными интересами её учредителей;
- в) требованиями конкурентов;
- г) получением прибыли.

3 В организации выделяют следующие уровни управления ...

- а) институциональный, управленческий, технический;
- б) институциональное, средний, технологический;
- в) организационный, функциональный, линейный;

г) вертикальный и горизонтальный.

4 Пример организации, которую окружает стабильная, но комплексная внешняя среда

- а) университет;
- б) дистрибьютор пива;
- в) авиакомпания;
- г) производитель модной одежды.

5 Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?

- а) все уровни.
- б) низовой;
- в) высший;
- г) средний.

6 Под стратегией организации следует понимать ...

- а) всесторонний комплексный план, предназначенный для реализации миссии и достижения целей;
- б) комплексный план для получения прибыли в перспективном периоде;
- в) план реализации целей;
- г) текущие планы для достижения целей.

7 Представление организации как открытой системы означает что организация ...

- а) находится в динамическом взаимодействии с внешней средой;
- б) независима от окружения;
- в) не получает ресурсы из внешней среды.

8 Цели организации должны удовлетворить такие основные требования ...

- а) достижимость, конкретность, ориентация во времени;
- б) достижимость и ориентация во времени;
- в) ориентация во времени и конкретность;
- г) достижимость;
- д) ориентация во времени.

9 К внутренней среде относятся ...

- а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
- б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
- в) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
- г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
- д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.

10 Что поступает в организацию из внешней среды?

- а) цели;
- б) информация;
- в) ресурсы;
- г) отчетные данные.

11 Что характеризует структуру управления?

- а) уровни управления;
- б) звенья управления;

- в) виды ответственности;
- г) тип руководства.

12 Что представляет собой уровень управления?

- а) вид ответственности;
- б) вид руководства;
- в) степень подчиненности и ответственности;**
- г) вид подчиненности.

13 Что понимаете под «принятием решения»?

- а) выполнение производственной деятельности;
- б) выбор альтернативы из нескольких решений;**
- в) вид деятельности, не относящийся к менеджеру;
- г) удовлетворение потребности.

14 Как классифицируются управленческие решения по степени предопределенности?

- а) простые и сложные;
- б) единоличные и коллективные;
- в) запрограммированные и незапрограммированные;**
- г) долго-, средне-, краткосрочные.

15 Что можно отметить как недостаток решения основанного на суждениях?

- а) дешевизна;
- б) быстрота и здравый смысл;
- в) накапливаемый опыт;
- г) сознательная или бессознательная боязнь применения новых подходов при принятии решения в нестандартных ситуациях.**

16 Какие требования могут быть предъявлены к управленческим решениям?

- а) противоречивость;
- б) документированность;
- в) обоснованность;**
- г) правомочность.

17 Процесс принятия решений начинается с

- а) формулировки миссии предприятия;
- б) постановки управленческих целей;
- в) выявления проблемы;**
- г) определения лица, ответственного за принятие решений.

Оценки «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой, продемонстрировавший умение применять теоретические сведения для решения практических задач, умеющий находить необходимую информацию и использовать ее.

Оценки «хорошо» заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по учебной дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в устном ответе и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Шкала оценивания контролируемых компетенций

Процент результативности правильных ответов	Качественная оценка	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
85-100	5	отлично
66-84	4	хорошо
51-65	3	удовлетворительно
менее 51	2	неудовлетворительно

4. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (по темам или разделам)

Используя перечень основной и дополнительной литературы подготовить доклады по следующим разделам и темам дисциплины:

Раздел 1. Экономика

Тема 1.1 Основы экономики

Самостоятельная работа №1

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

1. Роль экономической теории в развитии хозяйства и ее место в системе экономических наук.
2. Становление новой экономической теории как синтеза современной экономической мысли.
3. Функции экономической теории и их реализация в современный период развития хозяйства.
4. Эволюция экономической теории как отражение эволюции хозяйства.
5. «Экономический человек» прошлого, настоящего и будущего: сходства и различия.
6. Рациональное экономическое поведение хозяйствующего субъекта: интересы, цели, ограничители принятия решений.
7. Философия - основа экономической теории.
8. История развития основных экономических школ.
9. Вклад отдельных экономических школ в развитие экономической мысли.

Тема 1.2 Основные характеристики рынка.

Самостоятельная работа №2

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

1. Организационно-правовые формы бизнеса в современной экономике.
2. Акционерные общества: мировой опыт, российские реалии и проблемы.
3. Оффшоры в современной смешанной экономике.

4. «Провалы» рынка и способы их регулирования.
5. Воздействие государства на рыночное ценообразование.
6. Инфраструктура рынка: сущность, основные организационные формы и перспективы развития.
7. Собственность как экономическая и юридическая категория.
8. Виды и формы собственности в современной экономике

Раздел 2. Маркетинг

Тема 2.1 Сущность маркетинга

Самостоятельная работа №3

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09;ПК 1.1-1.3;ПК 2.1-2.6;ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

- 1.Маркетинг как философия современного бизнеса.
2. Маркетинг и его роль в решении задач стратегического развития предприятия (торговли, питания, промышленности и др.).
3. Маркетинг потребительского общества: состояние и направления совершенствования.
4. Маркетинг в некоммерческих организациях.
5. Сегментация рынков и позиционирование товаров
6. Маркетинговая среда и ее влияние на деятельность предприятия
7. Модели покупательского поведения и принятия решений о покупке
8. Особенности маркетинга на различных стадиях Жизненного цикла товара
9. Ценообразование и стратегии цен в маркетинговой деятельности
10. Цена как маркетинговый инструмент продвижения продукции на рынок
11. Ценообразование в международном маркетинге
12. Реклама как один из основных методов формирования спроса и стимулирования сбыта

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности

Самостоятельная работа №4

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09;ПК 1.1-1.3;ПК 2.1-2.6;ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

1. Методология маркетинговых исследований рынка товаров (услуг).
2. Маркетинговые исследования рынка товаров.
3. Маркетинговые исследования при выводе нового продукта на рынок.
4. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ.
5. Нейромаркетинг как инструментальный воздействия на потребителя.
6. Особенности маркетинговой политики в сфере туристических услуг
7. Международная маркетинговая деятельность

Раздел 3. Менеджмент

Тема 3.1 Основы менеджмента

Самостоятельная работа № 5

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

- 1.Понятие управления
2. Понятие менеджмента
3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента
4. Характеристика и этапы развития менеджмента как науки
5. Сущность и содержание менеджмента
6. Цели и задачи менеджмента услуг.
7. Виды и типы менеджмента.
8. Принципы и функции менеджмента.

9. Основные черты и содержание менеджмента услуг в Казахстане.
10. Менеджмент в системе экономических дисциплин.
11. Управленческие революции.
12. Современные концепции менеджмента.
13. Классическая школа управления.
14. Административная школа менеджмента.
15. Неоклассическая школа менеджмента.
16. Количественная школа менеджмента.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии

Самостоятельная работа №6

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Перечень рефератов

1. Коммуникация, ее значение, виды и функции.
2. Участники деловой коммуникации, ее целевая аудитория.
3. Основные модели и стили деловых коммуникаций.
4. Стратегия и тактика информационного воздействия на участников в процессе коммуникации.
5. Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
6. Смысловые и эмоциональные аспекты деловой коммуникации.
7. Символы и знаки в процессе коммуникации, их интерпретация и восприятие.

Критерии оценки самостоятельной работы

- «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал разнообразных литературных источников;

- «хорошо» выставляется обучающемуся, если: он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

- «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий;

- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, несвязно излагает его, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Компетенции ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5 считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

5. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1 Формой проведения оценочной процедуры является дифференцированный зачет, который проводится в форме тестирования. Дифференцированный зачет формируется из заданий, распределенных по компетенциям.

ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 01

1. (Введите два слова в поле ответов). Развитие _____ людей способствует ориентации в сфере бизнеса

Ответ: экономического мышления

2. (Выберите один верный ответ). Выделяют ... ключевых элемента концепции маркетинга:

а) 3

б) 4

в) 2

3. (Введите одно слово в поле ответов). _____ – это целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления с целью приведения его в заданное состояние.

Ответ: Управление

Задания для оценки сформированности компетенции ОК02

4. (Выберите один верный ответ). К материальным относятся потребности человека:

а) в образовании;

б) духовной культуре;

в) бытовой технике.

3. Сопоставьте вид управленческой деятельности и функцию менеджмента

1. Планирование	а) формирует структуру организации и обеспечивает ее всем необходимым
2. Организация	б) определяет цели деятельности и средства их достижения
3. Мотивация	в) предполагает оценку и анализ эффективности результатов работы
4. Контроль	г) побуждает к деятельности для достижения целей организации

Ответ: 1-б; 2-в; 3-г; 4-д

6. (Выберите один верный ответ). Потребительские свойства, такие как надежность, безопасность, экономичность, размер эксплуатационных расходов, марка, производительность, внешний вид, дизайн, определяют:

а) рынок

б) предложение

в) товар

Задания для оценки сформированности компетенции ОК03

7. (Выберите один верный ответ). К субститутам относятся товары (услуги):

а) удовлетворяющие исключительно материальные потребности человека;

б) заменяющие друг друга при использовании;

в) дополняющие друг друга при использовании.

8. (Введите одно слово в поле ответов) _____ — это процесс, состоящий из определения потребностей покупателей

Ответ: Маркетинг

9. (Выберите три верных ответа). Выделяют следующие виды:

а) управление в неживой природе;

б) управление в обществе;

в) управление в организмах;

г) управление временем.

в форме соответствующего падежа.)

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 04

10. (Выберите один верный ответ). Знание экономических законов способствует:

а) появлению большего количества свободного времени у человека;

б) рациональному поведению в сфере производства и потребления;

в) обесцениванию личных сбережений.

11. (Выберите один верный ответ). Как называются ключевые элементы концепции маркетинга:

а) 2Р

б) 4Р

в) 3Р

12. (Выберите один верный ответ). Какое понятие шире:

а) управление;

б) менеджмент;

в) управление общественным производством;

г) управление социально-политическими процессами.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 05

13. (Выберите один верный ответ). К комплементарным относятся товары (услуги):

а) дополняющие друг друга при использовании;

б) заменяющие друг друга при использовании;

в) удовлетворяющие исключительно духовные потребности людей.

14. (Выберите один верный ответ). Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано, но не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести, так ли это:

а) нет

б) отчасти

в) да

15. (Выберите четыре верных ответа). Менеджмент – это

а) наука;

б) искусство;

в) процесс управления в организации;

г) технология управления;

д) управляющее звено в организации.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 06

16. (Выберите один верный ответ). Компьютеры, обслуживающие работу фирмы, являются таким фактором производства, как

- а) капитал;
- б) труд;
- в) предпринимательство.

17. (Выберите один верный ответ). К основным функциям маркетинга относится:

- а) аналитическая
- б) теоретическая
- в) практическая

18. (Выберите один верный ответ). Основополагающая цель менеджмента любой организации в терминах рыночных отношений формулируется как

- а) удовлетворение запросов потребителей, обеспечивающее собственникам предприятия стабильную прибыль;
- б) получение максимальной прибыли;
- в) обеспечение непрерывности процесса управления организацией в нестабильных условиях;
- г) стабильность, качество, высокая эффективность.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 07

19. (Выберите один верный ответ). Месторождение нефти, обнаруженное на дачном участке, является таким экономическим ресурсом, как:

- а) предпринимательство;
- б) труд;
- в) земля.

20. (Введите два слова в поле ответов) _____ - это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка:

Ответ: Комплекс маркетинга

21. (Выберите один верный ответ). Менеджмент – это процесс целенаправленного воздействия органа управления на объект управления для обеспечения эффективного функционирования и развития организации в специфических условиях хозяйствования:

- а) в условиях командной экономики;
- б) в условиях рыночной экономики.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 08

22. (Выберите один верный ответ). К базовым (первичным) потребностям относятся:

- а) социальные потребности;
- б) потребности в почете и уважении;
- в) физиологические потребности.

23. (Выберите один верный ответ). Отвечает за организацию производства товаров и разработку новых технологий, организацию материально-технического снабжения и управление качеством:

- а) сбытовая

- б) функция управления и контроля
- в) производственная**

24 (Выберите один верный ответ). Какое утверждение, по вашему мнению, наиболее точно отражает предмет науки менеджмента:

- а) предмет науки менеджмента - отношения управления между людьми, управленческая деятельность и организационно - экономический механизм ее осуществления на уровне главного звена экономики - предприятия;
- б) предмет менеджмента как науки управления – исследование законов и закономерностей жизнедеятельности организации и отношения между работниками в процессе управления;
- в) предмет менеджмента как науки управления – внутриорганизационные процессы, связанные с взаимодействием людей в процессе достижения целей организации.**

Задания для оценки сформированности компетенции ОК. 09

25. (Выберите один верный ответ). Ручка и писчая бумага являются производственным капиталом, когда:

- а) они лежат в портфеле;
- б) ученик решает задачу по математике;
- в) писатель пишет рукопись новой книги.**

26. (Выберите один верный ответ). Отвечает за организацию сервиса, продаж, формирование и стимулирование сбыта, а также за проведение ценовой и товарной политики компании отвечает функция:

- а) сбытовая**
- б) управления и контроля
- в) производственная

27. (Выберите два верных ответа) Объектом менеджмента является

- а) организация;**
- б) люди;**
- в) финансовые ресурсы;
- г) технология;
- д) всё вышеперечисленное.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.1

28. (Выберите один верный ответ). Связь между спросом и ценой на товар:

- а) прямо пропорциональна;
- б) обратно пропорциональна;
- в) отсутствует.**

29. (Выберите один верный ответ). Включает в себя стратегическое и оперативное планирование на предприятии, организацию контроля маркетинга:

- а) маркетинговое исследование
- б) функция управления и контроля**
- в) производственная

30. (Выберите один верный ответ). Субъектом менеджмента является

- а) организация;
- б) люди;
- в) руководители разного уровня;**

г) коллектив работников.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.2

31. (Выберите один верный ответ). Если вы спрашиваете у продавца о стоимости компьютера, то в этом случае деньги выполняют функцию:

- а) меры стоимости;
- б) средства накопления;**
- в) средства платежа.

32. (Выберите один верный ответ). К задачам маркетинга относи(я)тся:

- а) комплексное изучение рынка
- б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребителей
- в) ответы а и б верны**
- г) нет верного ответа

33. (Выберите один верный ответ). Основу изучения дисциплины «менеджмент» составляет управление

- а) идеологическое;
- б) государственное;
- в) социальное.**

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.3

34. (Выберите один верный ответ). Если вы купили в кредит компьютер и собираетесь внести определенную сумму в счет погашения долга, то в этом случае деньги выполняют функцию:

- а) меры стоимости;**
- б) мировых денег;
- в) средства платежа.

35. Введите два слова в поле ответов.

_____ - это активный процесс получения заданного объема продаж путем использования практических средств, относящихся к понятию 4P:

Ответ: **Операционный маркетинг**

36. (Выберите один верный ответ). Какая школа управления разработала принципы, функции управления и систематизированный подход к управлению всей организацией?

- а) научного управления;
- б) административная;**
- в) поведенческих наук;
- г) количественная школа

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.1

37 (Выберите один верный ответ). Объем спроса на конкретный товар останется неизменным в случае:

- а) изменения цены на данный товар;
- б) изменения цены на товары-комplementы;**
- в) высокого конкурса для поступающих в высшие учебные заведения.

38. Введите два слова в поле ответов.

Постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров, предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов – это _____.

Ответ: стратегический маркетинг

39. Стратегическое планирование предполагает выполнение следующих управленческих действий (выберите три верных ответа)

- а) формирование (определение) миссии организации;**
- б) разработку политики реализации плана;**
- в) постановку целей;**
- г) разработку правил.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.2

40. (Выберите один верный ответ). Одна из функций современного домашнего хозяйства:

- а) утверждение законопроектов;
- б) потребление товаров и услуг;**
- в) осуществление контроля за рыночными ценами.

41. (Выберите один верный ответ). Развивающий маркетинг предприятие применяет, если _____ имеет _____ место _____ спрос:

- а) потенциальный**
- б) позитивный
- в) негативный

42. (Выберите один верный ответ). Реализация правил, процедур и линий поведения является содержанием ...

- а) предварительного контроля;**
- б) текущего контроля;
- в) заключительного контроля.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.3

43. (Выберите один верный ответ). К первичным (первоочередным) расходам домашнего хозяйства относится расход:

- а) на оплату обучения;
- б) покупку автомобиля;
- в) оплату жилья.**

44. (Выберите один верный ответ). Стратегия скидок с цен предполагает:

- а) установление цен на ходовые товары ниже их себестоимости
- б) покупку товаров с премией**
- в) установление зональных цен

45. Общие характеристики у формальных и неформальных групп (выберите два верных ответа)

- а) лидеры;**
- б) задачи;**
- в) роли её членов;
- г) единомыслие.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.4

46. (Выберите один верный ответ). Увеличение удельного веса расходов на питание в бюджете семьи свидетельствует:

- а) о росте благосостояния семьи;
- б) снижении благосостояния семьи;**
- в) стабильном уровне благосостояния семьи.

47. (Выберите один верный ответ). Стратегия высоких цен применяется, как правило, к:

- а) любому товару, находящемуся на стадии внедрения на рынок
- б) товару, жизненный цикл которого вступил в стадию зрелости
- в) новому, впервые появившемуся на рынке и защищенному патентом товару**

48. Основные функции управления – это... (выберите два верных ответа)

- а) управление;
- б) планирование;**
- в) мотивация;**
- г) координация;
- д) контроль.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.5

49. (Выберите один верный ответ). _____ и _____ определяют равновесие на рынке.

- а) предложение и спрос**
- в) конкуренция и монополия
- г) инфляция и безработица

50. (Выберите один верный ответ). По значению исследования цели могут быть?

- а) кабинетные или полевые
- б) правильного ответа нет
- в) поисковые, описательные или экспериментальные
- г) перспективные или текущие**
- д) все ответы верны

51. (Выберите один верный ответ). Информацию для планирования и мотивации даёт контроль

- а) предварительный;
- б) текущий;
- в) заключительный.**

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2,6

52. _____ - это, доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом (впишите два слова в поле ответов)

Ответ: рыночная доля

53. (Выберите один верный ответ). По источникам информации исследования могут быть?

- а) перспективные или текущие
- б) поисковые, описательные или экспериментальные

- в) все ответы верны
- г) кабинетные или полевые
- д) правильного ответа нет

54. _____ это побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе для достижения целей (введите одно слово в поле ответов)

Ответ: **Мотивация, мотивация**

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 3.1

55. (Выберите один верный ответ). Какой тип рынка характеризуется большим числом продавцов и покупателей?

- а) монополистическая конкуренция
- б) монополия
- в) олигополия
- г) совершенная конкуренция

56. (Выберите один верный ответ). Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?

- а) правильного ответа нет
- б) полевую
- в) кабинетную
- г) лабораторную

57. Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно или спонтанно координируется для достижения _____. (Выберите один верный ответ)

- а) прибыли;
- б) общей цели;
- в) конкурентных преимуществ;
- г) рыночных позиций.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 3.2

58. Чувствительность спроса к изменению цены определяет _____ (введите два слова в поле ответов).

Ответ: **эластичность спроса**

59. (Выберите один верный ответ). К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

- а) все ответы верны
- б) не относится к исследованиям
- в) правильного ответа нет
- г) кабинетные исследования
- д) полевые исследования

60. (Выберите один верный ответ). Выбор миссии организации определяется

- а) потребностями внешней среды;
- б) корпоративными интересами её учредителей;
- в) требованиями конкурентов;
- г) получением прибыли.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 3.3

61. Множество различных товаров, предлагаемых на рынке – это _____ товаров на рынке (введите в поле ответов одно слово).

Ответ: ассортимент

62. (Выберите один верный ответ). Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?

- а) опрос
- б) эксперимент
- в) наблюдение**
- г) все ответы верны
- д) правильного ответа нет

63. (Выберите один верный ответ). В организации выделяют следующие уровни управления ...

- а) институциональный, управленческий, технический;
- б) институциональное, средний, технологический;
- в) организационный, функциональный, линейный;
- г) вертикальный и горизонтальный.**

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 3.4

64. Дополнительные издержки при увеличении объема производства на одну единицу – это маржинальные _____. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: издержки

65. _____ – это опрос в форме письменных ответов на вопросы, приведенные в виде таблицы. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: Анкетирование

66. (Выберите один верный ответ). Пример организации, которую окружает стабильная, но комплексная внешняя среда

- а) университет;**
- б) дистрибьютор пива;
- в) авиакомпания;
- г) производитель модной одежды.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 3.5

67. (Выберите один верный ответ). Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?

- а) состояние экономики
- б) размер компании-производителя
- в) уровень конкуренции на рынке**
- г) потребности потребителей

68. (Выберите один верный ответ). Для чего иногда проводится повторное контрольное обследование?

- а) для сбора дополнительных данных;
- б) чтобы учесть возможные изменения в совокупности;**

в) для выявления ошибок и повышения степени надежности информации.

69. (Выберите один верный ответ). Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?

- а) все уровни.
- б) низовой;
- в) высший;**
- г) средний.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.1

70. _____ -это объем товаров или услуг, которые покупают на рынке. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: спрос, Спрос

71. (Выберите один верный ответ). Какую роль играет маркетинговая информация в управлении фирмой?

- а) она собирается для отчета в налоговой инспекции;
- б) она обеспечивает надежность принимаемых маркетинговых решений;**
- в) она вообще не нужна фирме, успешно выступающей со своим товаром на рынке.

72. _____ организации - это всесторонний комплексный план, предназначенный для реализации миссии и достижения целей. (введите одно слово в поле ответов)

Ответ: стратегия, Стратегия

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.2

73. _____ - разница между ценой продажи и затратами на производство товара. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: маржа, Маржа

74. (Выберите один верный ответ). В чем проявляется эффективность маркетингового исследования?

- а) в экономном расходовании службой маркетинга финансовых средств фирмы;
- б) в достижении: цели, поставленной маркетингом фирмы;**
- в) в проведении маркетингового исследования в соответствии с планом и в установленные сроки.

75. (Выберите один верный ответ). Представление организации как открытой системы означает что организация ...

- а) находится в динамическом взаимодействии с внешней средой;**
- б) независима от окружения;
- в) не получает ресурсы из внешней среды.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.3

76. (Выберите один верный ответ). Какой тип рынка характеризуется небольшим числом продавцов и монополистическим контролем над ценами?

- а) монополия
- б) олигополия**
- в) монополистическая конкуренция

г) совершенная конкуренция

77. (Выберите один верный ответ). В чем заключается роль статистики в маркетинговом исследовании?

- а) в возможности использования компьютерной техники;
- б) в возможности использования графиков и диаграмм;
- в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей.**

78. (Выберите один верный ответ). Цели организации должны удовлетворить такие основные требования ...

- а) достижимость, конкретность, ориентация во времени;**
- б) достижимость и ориентация во времени;
- в) ориентация во времени и конкретность;
- г) достижимость;
- д) ориентация во времени.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.4

79. (Выберите один верный ответ). Что такое сегментация рынка?

- а) измерение спроса и предложения на рынке
- б) процесс выбора оптимальной цены товара
- в) определение доли рынка, которую контролирует конкретная компания
- г) разделение рынка на группы схожих потребителей**

80 _____ информация—это цифры, факты, сведения и другие данные, необходимые для оценки и прогноза маркетинговой деятельности. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: Маркетинговая, маркетинговая

81. (Выберите один верный ответ). К внутренней среде относятся ...

- а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
- б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
- в) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;**
- г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
- д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.5

82 _____ на рынке - это состояние, при котором множество компаний борются за долю рынка. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: конкуренция, Конкуренция

83. _____ маркетинговая информация – это любая информация, которой располагает фирма. (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: Внутренняя, внутренняя

84. (Выберите два верных ответа). Что поступает в организацию из внешней среды?

- а) цели;
- б) информация;**

- в) ресурсы;**
- г) отчётные данные.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 4.6

85. (Выберите один верный ответ). Что такое потребность на рынке?

- а) желание потребителя получить определенный товар или услугу**
- б) возможность потребителя купить определенный товар или услугу
- в) доля спроса на рынке, занятая конкретной компанией
- г) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке

86. (Выберите один верный ответ). Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:

- а) внешней информацией;**
- б) внутренней первичной информацией;
- в) внутренней вторичной информацией.

87. (Выберите два верных ответа). Что характеризует структуру управления?

- а) уровни управления;**
- б) звенья управления;**
- в) виды ответственности;
- г) тип руководства.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 5.1

88. (Выберите один верный ответ). Что такое целевой рынок?

- а) отдельный рынок, на котором работает компания
- б) рынок, где компания ожидает достичь своих бизнес-целей**
- в) отдельный сегмент спроса на рынке
- г) рынок, на котором отсутствует конкуренция

89. (Выберите один верный ответ). «Мозговой штурм» является:

- а) психологической моделью;
- б) методом экспертных оценок;**
- в) стратегией маркетинга.

90. (Выберите один верный ответ). Что представляет собой уровень управления?

- а) вид ответственности;
- б) вид руководства;
- в) степень подчиненности и ответственности;**
- г) вид подчиненности.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 5.2

91. (Выберите один верный ответ). Что означает термин "позиционирование на рынке"?

- а) процесс определения ожиданий потребителей от товара
- б) процесс занимания определенной ниши на рынке**
- в) процесс анализа рыночной конкуренции
- г) процесс определения ценовых стратегий

92. Торговые работники, за особую плату представляющие фирме

конъюнктурную и другую маркетинговую информацию - _____ корреспонденты.
(введите одно слово в поле ответов)
Ответ: торговые

93. Выбор альтернативы из нескольких решений – это _____ .
(введите два слова в поле ответов)
Ответ: принятие решения

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 5.3

94. (Выберите один верный ответ). Что такое стимулирование спроса?

- а) процесс поддержки и развития спроса на рынке
- б) временное снижение цены на товар для привлечения покупателей
- в) процесс установления цен на рынке
- г) процесс предотвращения спроса

95 (Выберите один верный ответ). Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
- б) собрать информацию о вне рыночных организациях;
- в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.

96 (Выберите один верный ответ). Как классифицируются управленческие решения по степени предопределенности?

- а) простые и сложные;
- б) единоличные и коллективные;
- в) запрограммированные и незапрограммированные;
- г) долго-, средне-, краткосрочные.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 5.4

97. (Выберите один верный ответ). Что означает термин "рыночные исследования"?

- а) процесс установления цен на рынке
- б) процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке
- в) процесс выбора маркетинговых стратегий
- г) процесс определения доли рынка, занимаемой компанией

98. (Выберите один верный ответ). Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?

- а) руководство фирмы;
- б) налоговая служба;
- в) статистические органы.

99 (Выберите один верный ответ). Что можно отметить как недостаток решения основанного на суждениях?

- а) дешевизна;
- б) быстрота и здравый смысл;
- в) накапливаемый опыт;
- г) сознательная или бессознательная боязнь применения новых подходов при принятии решения в нестандартных ситуациях.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 5.5

100. _____ исследования – это процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке (Введите одно слово в поле ответов)

Ответ: Рыночные, рыночные

101. (Выберите один верный ответ). К задачам маркетинга относи(я)тся:

- а) планирование товарного ассортимента и цен.
- б) формирование спроса.

в) ответы а и б верны

- г) нет верного ответа.

102. (Выберите один верный ответ). Процесс принятия решений начинается с

- а) формулировки миссии предприятия;
- б) постановки управленческих целей;

в) выявления проблемы;

- г) определения лица, ответственного за принятие решений.

5.2 Критерии оценки

Дифференцированный зачет проводится в группе численностью не более 25 человек.
Время выполнения задания – 90 минут.

Оценки «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой, продемонстрировавший умение применять теоретические сведения для решения практических задач, умеющий находить необходимую информацию и использовать ее.

Оценки «хорошо» заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по учебной дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в устном ответе и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Критерии оценивания контролируемых компетенций

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3	Принимать решения в стандартных и не стандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ПК1.1	Принимать молочное сырье на переработку.
ПК1.2	Контролировать качество сырья.
ПК1.3	Организовывать и проводить первичную переработку сырья в соответствии с его качеством.
ПК2.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания.
ПК2.2	Изготавливать производственные закваски и растворы сычужного фермента.
ПК2.3	Вести технологические процессы производства цельномолочных продуктов.
ПК2.4	Вести технологические процессы производства жидких и пастообразных продуктов детского питания
ПК2.5	Контролировать качество цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания
ПК2.6	Обеспечивать работу оборудования для производства цельномолочных продуктов, жидких и пастообразных продуктов детского питания.
ПК3.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты
ПК3.2	Вести технологические процессы производства различных сортов сливочного масла
ПК3.3	Вести технологические процессы производства напитков из пахты
ПК3.4	Контролировать качество сливочного масла и продуктов из пахты
ПК3.5	Обеспечивать работу оборудования при выработке различных сортов сливочного масла и напитков из пахты
ПК4.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при выработке сыра и продуктов из молочной сыворотки.

ПК4.2	Изготавливать бактериальные закваски и растворы сычужного фермента.
ПК4.3	Вести технологические процессы производства различных видов сыра.
ПК4.4	Вести технологические процессы производства продуктов из молочной сыворотки.
ПК4.5	Контролировать качество сыра и продуктов из молочной сыворотки.
ПК5.1	Планировать основные показатели производства продукции оказания услуг в области производства молочной продукции
ПК5.2	Планировать выполнение работ и оказание услуг исполнителями
ПК5.3	Организовывать работу трудового коллектива
ПК5.4	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ и оказания услуг исполнителями
ПК5.5	Изучать рынок и конъюнктуру продукции и услуг в области производства молочной продукции

Шкала оценивания контролируемых компетенций

Процент результативности правильных ответов	Качественная оценка	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
85-100	5	отлично
66-84	4	хорошо
51-65	3	удовлетворительно
менее 51	2	неудовлетворительно

Эталон ответов

ОК.01	
1	экономического мышления
2	б
3	Управление
ОК.02	
4	в
5	1-б, 2-в, 3-г, 4-д
6	в
ОК.03	
7	б
8	Маркетинг
9	а, б, в
ОК.04	
10	б
11	б
12	а
ОК.05	
13	а
14	в
15	а, б, в, д
ОК.06	
16	а
17	а
18	а
ОК.07	
19	в
20	Комплекс маркетинга
21	в

ОК.08	
22	в
23	в
24	в
ОК.09	
25	в
26	а
27	а, б
ПК.1.1	
28	в
29	б
30	в
ПК.1.2	
31	б
32	в
33	в
ПК.1.3	
34	а
35	Операционный маркетинг
36	б
ПК.2.1	
37	б
38	стратегический маркетинг
39	а, б, в
ПК.2.2	
40	б
41	а
42	а
ПК.2.3	
43	в
44	б
45	а, б
ПК.2.4	
46	Б
47	в
48	б, в
ПК.2.5	
49	а
50	г
51	в
ПК.2.6	
52	Рыночная доля, рыночная доля
53	г
54	Мотивация, мотивация
ПК.3.1	
55	г
56	б
57	б
ПК.3.2	
58	Эластичность спроса
59	г
60	а
ПК.3.3	
61	ассортимент

62	в
63	г
ПК.3.4	
64	издержки
65	Анкетирование
66	а
ПК.3.5	
67	в
68	в
69.	в
ПК.4.1	
70.	Спрос, спрос
71.	б
72	Стратегия, стратегия
ПК.4.2	
73	Маржа, маржа
74	б
75	а
ПК.4.3	
76	б
77	в
78	а
ПК.4.4	
79	г
80	Маркетинговая, маркетинговая
81	в
ПК.4.5	
82	Конкуренция, конкуренция
83	Внутренняя, внутренняя
84	б, в
ПК.4.6	
85	а
86	а
87	а, б
ПК.5.1	
88	б
89	б
90	в
ПК.5.2	
91	б
92	торговые
93	принятие решения
ПК.5.3	
94	а
95	в
96	в
ПК.5.4	
97	б
98	а
99	г

ПК.5.5	
100	Рыночные исследования
101	в
102	в