

Департамент Смоленской области по образованию и науке  
Смоленское областное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Гагаринский многопрофильный колледж»

## КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по учебной дисциплине ОП. 09 Основы экономики,  
менеджмента и маркетинга

*(индекс и наименование учебной дисциплины)*

Специальность

36.02.01 Ветеринария

*(код, наименование)*

г. Гагарин  
2021 г.

Комплект КОС разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности/профессии 36.02.01 Ветеринария среднего профессионального образования, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.05.2014 № 504, рабочей программы учебной дисциплины ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга, утвержденной в 2020 году

Составитель: Березина Т.Н., преподаватель экономики СОГБПОУ «Гагаринский многопрофильный колледж»


Рассмотрены и одобрены предметно-цикловой комиссией

*преподавателей и мастеров  
технических специальностей  
и профессий*

Протокол № 2

от «01» 10 2021 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии

 Смирнова С.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств .....                                    | 4  |
| 2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке                             | 5  |
| 3. Оценка освоения учебной дисциплины.....   | 9  |
| 4. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины .....                            | 17 |
| 5. Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной дисциплине ..... | 32 |

## **I. Паспорт комплекта оценочных средств**

В результате освоения учебной дисциплины ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности *36.02.01 Ветеринария* следующими умениями, знаниями, которые формируют профессиональную компетенцию, и общими компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся

**должен уметь:**

У/1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У/2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

У/3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

**должен знать:**

З/1 основные положения экономической теории;

З/2 принципы рыночной экономики;

З/3 современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;

З/4 роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

З/5 механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

З/6 формы оплаты труда;

З/7 стили управления, виды коммуникации;

З/8 принципы делового общения в коллективе;

З/9 управленческий цикл;

З/10 особенности менеджмента в области ветеринарии;

З/11 сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

З/12 формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Формой итоговой аттестации по учебной дисциплине является *дифференцированный зачет*.

## 2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

2.1. В результате аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также динамика формирования общих компетенций:

| <b>Результаты обучения: умения, знания, общие компетенции</b>   | <b>Показатели результата</b>   | <b>оценки</b><br><b>Форма контроля и оценивания</b>   |
|---|--|---|
| <p>У/1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p> | <p>Оперировать экономическими понятиями. Уметь пользоваться научной литературой, понимать, рассчитывать и анализировать основные технико-экономические показатели. Умение проявлять к будущей профессии устойчивый интерес</p> <p>Уметь организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p> <p>Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, в т.ч. ситуациях риска, и нести за них ответственность</p> <p>Уметь осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь работать в коллективе исполнителей.</p> <p>Уметь выполнять задачи в соответствии с нормами морали, профессиональной</p> | <p>- устный опрос<br/>- проектное задание<br/>- практическая работа<br/>- решение ситуационных задач<br/>- дифференцированный зачет</p> |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>этики и служебного этикета, брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. Уметь самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>  |  |
| <p>У/2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p> | <p>Уметь пользоваться приемами делового общения; приемами управленческого общения на предприятии<br/>Умение проявлять к будущей профессии устойчивый интерес<br/>Уметь организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество<br/>Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, в т.ч. ситуациях риска, и нести за них ответственность<br/>Уметь осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.<br/>Уметь использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.<br/>Уметь работать в коллективе исполнителей.<br/>Уметь выполнять задачи в соответствии с нормами</p> |  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>морали, профессиональной этики и служебного этикета, брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. Уметь самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> |  |
| <p>У/3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p>                                 | <p>Уметь пользоваться научной литературой; анализировать экономические процессы происходящие в стране и мире; владеть ситуацией на рынке товаров и услуг.</p>   |  |
| <p>3/1 основные положения экономической теории;<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 09</p>  | <p>- Классифицировать общие положения экономической теории</p>  |  |
| <p>3/2 принципы рыночной экономики;<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p>  | <p>Разбираться в современных рыночных условиях; понимать принципы рыночной экономики</p>  |  |
| <p>3/3 современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p> | <p>Разбираться в современных условиях развития отрасли сельскохозяйственного производства и ветеринарии; видеть перспективы и делать прогнозы на развитие отрасли.</p>  |  |
| <p>3/4 роли и организацию хозяйственных субъектов в рыночной экономике;<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p>                | <p>Разбираться в организационных формах хозяйствования, знать их характеристику</p>   |  |
| <p>3/5 механизмы ценообразования на продукцию и (услуги);<br/>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09</p>                              | <p>Владеть методикой основ формирования цены на продукцию отрасли</p>   | <p>- устный опрос<br/>- проектное задание<br/>- практическая работа<br/>- решение ситуационных</p> |

|  |   |  |
|--|---|--|
| 3/6 формы оплаты труда;<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09   | Знать сущность заработной платы и принципы ее организации. Разбираться в формах и системах оплаты труда. Владеть методикой расчета оплаты труда | задач<br>- дифференцированный<br>зачет |
| 3/7 стили управления, коммуникации;<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09   | Владеть стилями управления, ее формами и методами   |  |
| 3/8 принципы делового общения в коллективе;<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09                                   | Владеть методикой делового общения в коллективе   |  |
| 3/9 особенности менеджмента в области ветеринарии;<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09                            | Владеть особенностями менеджмента в области ветеринарии.  |  |
| 3/10 сущность, цели, принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09 | Владеть основными принципами и функцией маркетинга. Проводить маркетинговые исследования.   |  |
| 3/11 формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации<br>ОК 1- ОК 6, ОК 8, ОК 09                 | Владеть формами адаптации производства к современным рыночным условиям работы производства и сбыта продукции                                    |  |



### 3. Оценка освоения учебной дисциплины

#### 3.1. Формы и методы оценивания

Предметом оценки служат умения и знания по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга по специальности 36.02.01. Ветеринария, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Текущий контроль успеваемости представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении курса обучения. Текущий контроль результатов освоения учебной дисциплины в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- устный опрос;
- тестирование;
- решение ситуационных заданий;
- проектное задание

Рубежный контроль происходит при использовании контрольной работы в виде тестирования

Промежуточный контроль осуществляется в форме тестирования.

#### **Критерии оценивания устного ответа:**

**Оценка «5» ставится, если студент:** глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, в ответах на вопросы умеет тесно увязывать теорию с практикой.

**Оценка «4» ставится, если студент** ответил правильно, но допустил не более одной негрубой ошибки и одного недочета, при этом он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

**Оценка «3» ставится, если студент** правильно излагает не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

**Оценка «2» ставится, если студент** отвечает правильно менее половины всего объема информации, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Отсутствие ответа.

#### **Критерии оценивания решения ситуационных задач**

**Оценка «5» ставится, если ответ на вопросы задачи дан правильно;** объяснение хода её решения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями (в том числе из лекционного курса). Ответы на дополнительные вопросы верные, четкие.

**Оценка «4» ставится, если ответ на вопросы задачи дан правильно,** объяснение хода её решения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Ответы на дополнительные вопросы верные, но недостаточно четкие.

**Оценка «3» ставится, если ответы на вопросы задачи даны правильно;** объяснение хода её решения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, в том числе лекционным материалом. Ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие, с ошибками в деталях.

**Оценка «2» ставится, если ответы на вопросы задачи даны неправильно.** Объяснение хода её решения дано частичное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования. Ответы на дополнительные вопросы не даны

**Оценка «1» ставится при отсутствии ответа.**

### **Критерии оценки сообщения:**

**Оценка «5».** Выступление отличается последовательностью, логикой изложения. Легко воспринимается аудиторией. При ответе на вопросы выступающий (докладчик) демонстрирует глубину владения представленным материалом. Ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

**Оценка «4».** Выступление отличается последовательностью, логикой изложения. Но обоснование сделанных выводов не достаточно аргументировано. Неполно раскрыто содержание проблемы.

**Оценка «3».** Выступающий передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное. Выступление воспринимается аудиторией сложно.

**Оценка «2».** Выступление (доклад) краткий, неглубокий, поверхностный.

**Оценка «1»** выставляется студенту, если работа не выполнена

### **Критерии оценивания тестов:**

Оценка «2» - до 64%

Оценка «3» - 65% - 75%

Оценка «4» - 76% - 90%

Оценка «5» - 91% - 100

### 3.2. Контроль и оценка освоения учебной дисциплины по темам (разделам)

| Элемент учебной дисциплины                                       | Формы и методы контроля             |  |                   |                      |                          |                             |
|--|-------------------------------------|--|-------------------|----------------------|--------------------------|-----------------------------|
|  | Текущий контроль                    |  | Рубежный контроль |                      | Промежуточная аттестация |                             |
|  | Форма контроля                      | Проверяемые ОК, У, З                           | Форма контроля    | Проверяемые ОК, У, З | Форма контроля           | Проверяемые ОК, У, З        |
| Введение.<br>Основные понятия и термины дисциплины               | - устный опрос                      | <i>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                    |                   |                      |                          |                             |
| <b>РАЗДЕЛ 1:<br/>Основы экономики</b>                            |                                     |  |                   |                      | дифференцированный зачет | <i>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |
| Тема 1.1<br>Проблемы и уровни, исследуемые экономической теорией | - устный опрос                      | <i>3/1,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |                   |                      |                          |                             |
| Тема 1.2<br>Производство и экономика                             | - устный опрос<br>-письменный опрос | <i>У/1, 3/1, 3/2,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |                   |                      |                          |                             |
| Тема 1.3.<br>Товарное производство. Товар и деньги               | - устный опрос<br>-письменный опрос | <i>У/1,3/2,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>       |                   |                      |                          |                             |
| Тема 1.4.<br>Экономические системы, их основные типы             | - устный опрос                      | <i>У/1,3/2,3/3<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>    |                   |                      |                          |                             |
| Тема 1.5.<br>Собственность как основа производственных отношений | - устный опрос                      | <i>У/1,3/2,3/3<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>    |                   |                      |                          |                             |
| Тема 1.6.<br>Сущность рынка и его основные элементы              | - устный опрос<br>-письменный опрос | <i>У/3,3/3,3/4<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>    |                   |                      |                          |                             |

|   |   |   |  |  |  |  |
|---|---|---|--|--|--|--|
| Тема 1.7.<br>Теория спроса и предложения  | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>У/1, 3/1,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>               |  |  |  |  |
| Тема 1.8.<br>Теория повеления потребителя.<br>Поведение производителя. Издержки<br>производства   | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>3/1,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                    |  |  |  |  |
| Тема 1.9.<br>Конкуренция и основные виды<br>рыночных структур                                     | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>У/1,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                    |  |  |  |  |
| Тема 1.10.<br>Спрос и предложение экономических<br>ресурсов. Труд как фактор<br>производства      | - устный<br>опрос                         | <i>У/1, 3/1, 3/4,<br/>3/6,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |  |  |  |  |
| Тема 1.11.<br>Понятие макроэкономики. Система<br>национальных счетов и ее основные<br>показатели  | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                             |  |  |  |  |
| Тема 1.12.<br>Макроэкономическое равновесие   | - устный<br>опрос                         | <i>У/1,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                    |  |  |  |  |
| Тема 1.13.<br>Макроэкономическая нестабильность:<br>экономические циклы, безработица,<br>инфляция | - устный<br>опрос                         | <i>У/1,3/4,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>                |  |  |  |  |
| Тема 1.14.<br>Содержание, формы и методы<br>регулирования экономики на<br>макроуровне             | - устный<br>опрос                         | <i>У/1, 3/2,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>               |  |  |  |  |
| Тема 1.15.<br>Финансовая система и налогово-  | - устный<br>опрос                         | <i>У/1,3/2, 3/4,<br/>ОК 01- 06,</i>                     |  |  |  |  |

|   |  |  |  |  |                              |  |
|---|--|--|--|--|------------------------------|--|
| бюджетная политика  | - письменный<br>опрос                      | <i>OK 09</i>                                     |  |  |                              |  |
| Тема 1.16.<br>Спрос и предложение денег.<br>Банковская система национальной<br>экономики. | - устный<br>опрос                          | <i>У/1, 3/5,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>        |  |  |                              |  |
| Тема 1.17.<br>Кредитно-денежная политика.   | - устный<br>опрос<br>- письменный<br>опрос | <i>У/1,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>             |  |  |                              |  |
| Тема 1.18.<br>Доходы и проблемы социальной<br>политики современного государства.          | - устный<br>опрос                          | <i>У/1, 3/4,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>        |  |  |                              |  |
| Тема 1.19.<br>Воспроизводство народонаселения.  | - устный<br>опрос                          | <i>У/1,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>             |  |  |                              |  |
| Тема 1.20.<br>Экономический рост, его типы  | - устный<br>опрос                          | <i>У/1, У/3<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>         |  |  |                              |  |
| <b>РАЗДЕЛ 2:<br/>Основы менеджмента</b>   |  |  |  |  | дифференцированн<br>ый зачет | <i>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>                    |
| Тема 2.1.<br>Цикл менеджмента   | - устный<br>опрос<br>- письменный<br>опрос | <i>У/1, У/2, 3/10,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09,</i> |  |  |                              | <i>У/3, 3/6, 3/7<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09,</i> |
| Тема 2.2.<br>Организационные структуры<br>управления                                      | - устный<br>опрос                          | <i>У/2, 3/10,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>       |  |  |                              |  |
| Тема 2.3.<br>Контроль, его сущность   | - устный<br>опрос<br>- письменный<br>опрос | <i>У/2,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>             |  |  |                              |  |
| Тема 2.4.   | - устный                                   | <i>У/2,</i>                                      |  |  |                              |  |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
| Лидерство и менеджмент   | опрос<br>-письменный<br>опрос             | <i>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>                |  |  |  |  |
| Тема 2.5.<br>Информационное обеспечение<br>процесса управления.                            | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>У/2,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>       |  |  |  |  |
| Тема 2.6.<br>Коммуникационный менеджмент   | - устный<br>опрос                         | <i>У/2, 3/10,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i> |  |  |  |  |
| Тема 2.7.<br>Психология делового общения   | - устный<br>опрос                         | <i>У/2,3/9,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>   |  |  |  |  |
| Тема 2.8.<br>Деловой этикет  | - устный<br>опрос                         | <i>У/2, 3/8,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>  |  |  |  |  |
| Тема 2.9.<br>Особенности менеджмента в области<br>профессиональной деятельности            | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>У/2, 3/10,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i> |  |  |  |  |
| Тема 2.10.<br>Структура целей организации ,ее<br>миссия, планирование и стратегия          | - устный<br>опрос                         | <i>У/2, 3/9,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>  |  |  |  |  |
| Тема 2.11.<br>Товар и товарная политика  | - устный<br>опрос<br>-письменный<br>опрос | <i>У/3, 3/5,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>  |  |  |  |  |
| Тема 2.12.<br>Покупательское поведение,<br>сегментация рынка и<br>позиционирование товара. | - устный<br>опрос                         | <i>У/3, 3/5,<br/>OK 01- 06,<br/>OK 09</i>  |  |  |  |  |
| Тема 2.13.<br>Цена, ценообразование и ценовая  | - устный<br>опрос                         | <i>У/3, 3/3,3/5,<br/>OK 01- 06,</i>        |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |                                      |                              |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------|------------------------------|
| политика   | - письменный<br>опрос                      | <i>ОК 09</i>   |  |  |                                      |                              |
| Тема 2.14.<br>Сбытовая политика и организация<br>товародвижения                              | - устный<br>опрос                          | <i>У/3,<br/>3/10, 3/12,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |  |  |                                      |                              |
| Тема 2.15.<br>Конкуренция и конкурентоспособность  | - устный<br>опрос                          | <i>У/2, У/3,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>            |  |  |                                      |                              |
| <b>РАЗДЕЛ 3:<br/>Основы маркетинга</b>   |  |  |  |  | <i>дифференцированн<br/>ый зачет</i> |                              |
| Тема 3.1.<br>Система сбора, обработки и анализа<br>информации                                | - устный<br>опрос                          | <i>У/1, 3/11,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      | <i>ОК 01- 06,<br/>ОК 09,</i> |
| Тема 3.2.<br>Методы маркетинговых исследований   | - устный<br>опрос<br>- письменный<br>опрос | <i>У/1, 3/11,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      |                              |
| Тема 3.3.<br>Разработка выборочного плана и<br>определение выборки для<br>исследования.      | - устный<br>опрос                          | <i>У/1, 3/11,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      |                              |
| Тема 3.4.<br>Обработка и анализ маркетинговых<br>данных.                                     | - устный<br>опрос                          | <i>У/2, 3/10,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      |                              |
| Тема 3.5.<br>Формирование стратегии организации<br>и стратегии маркетинговых<br>коммуникаций | - устный<br>опрос                          | <i>У/2, 3/10,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      |                              |
| Тема 3.6.<br>Реклама и ее виды. Оценка и измерение<br>эффективности рекламы                  | - устный<br>опрос<br>- письменный          | <i>У/2, 3/10,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i>           |  |  |                                      |                              |

|   |                                      |  |  |  |  |  |
|---|--------------------------------------|--|--|--|--|--|
|   | опрос                                |  |  |  |  |  |
| Тема 3.7.<br>Фирменный стиль организации. Роль и значение брендинга                   | - устный опрос<br>- письменный опрос | <i>У/2, 3/11,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |  |  |  |  |
| Тема 3.8.<br>Маркетинговая служба в работе организации, ее структура, цели и значение | - устный опрос<br>- письменный опрос | <i>У/2, 3/11,<br/>ОК 01- 06,<br/>ОК 09</i> |  |  |  |  |
| Тема 3.9.<br>Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы                 | - устный опрос                       |  |  |  |  |  |



## Раздел 4. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины.

### 4.1. Типовые задания для оценки знаний (текущий контроль)

I

#### Введение. Основные понятия и термины дисциплины.

##### Устный опрос:

1. Дайте определение понятия «экономика».
2. Дайте определение понятия «менеджмент».
3. Дайте определение понятия «маркетинг».
4. Укажите предмет изучения экономики.
5. Каковы функции экономики?

## Раздел 1 Основы экономики

### Тема 1.1. Проблемы и уровни, исследуемые экономической теорией

#### Устный опрос:

1. В зависимости от объекта исследования как подразделяют экономику?
2. Укажите основные макроэкономические цели.
3. Перечислите методы исследования экономической теории.
4. Объясните метод познания «дедукция».
5. Основные задачи экономического анализа.

### Тема 1.2. Производство и экономика

#### Устный опрос:

1. Объясните понятие потребности.
2. Дайте характеристику факторов производства.
3. Укажите признаки экономических потребностей.
4. Объясните сущность закона возвышения потребностей.
5. Перечислите стадии движения общественного продукта.

#### Письменная работа:

*Перечислить основные стадии движения общественного продукта (СОП), краткое содержание каждой СОП:*

СОП в своем движении проходит четыре стадии: производство, распределение, обмен, потребление.

**Производство** представляет собой процесс создания полезного продукта. Стадия производства является исходной. Производство - первый признак экономической деятельности людей.

**Распределение** - это определение доли и объема продукта, поступающего в потребление участникам хозяйственной деятельности. Различают первичное распределение в виде произведенного продукта или полученного дохода и вторичное распределение, или перераспределение, когда полученный доход перераспределяется между различными субъектами экономической деятельности.

**Обмен** есть процесс, во время которого одни продукты обмениваются на другие.

**Потребление** это использование созданных благ для удовлетворения определенных потребностей. Потребление может быть производственное, когда оно осуществляется в производственном процессе, в ходе использования средств производства и рабочей силы, и непроизводственное потребление, которое подразделяется на личное и общественное.

### Тема 1.3. Товарное производство

#### Устный опрос:

I

1. Объясните понятие натуральное хозяйство.
2. Дайте характеристику простого товарного производства.
3. Свойства товара.
4. Дайте определение понятия деньги.
5. Функции денег.

#### Письменная работа:

*В чем выражаются основные функции денег:*

- А) мера стоимости (выражается в том, что деньги измеряют стоимость конкретной услуги, товара, устанавливая конкретную цену);
- Б) средство обращения (денежные ресурсы являются посредниками обмена товаров, который проходит в 2 этапа:  
- продажа товара за деньги;  
- покупка на эти деньги нового товара;
- В) средство платежа (деньги выполняют функцию погашения долговых обязательств);
- Г) средство накопления стоимости (накопления образуются в основном, когда доходы бывают выше расходов, или когда планируются большие расходы в будущем);
- Д) мировые деньги (финансы включаются в мировой оборот и обеспечивают экономические связи между разными странами).



### Тема 1.4. Экономические системы, их основные темы

#### Устный опрос:

1. Укажите основные критерии для определения экономических систем.
2. Характерные черты экономик традиционного типа.
3. Основные особенности капиталистической экономики.
4. Объясните понятие хозяйственная деятельность.
5. Основные стадии экономического процесса.

## **Тема 1.5. Собственность как основа производственных отношений.**

### **Устный опрос:**

1. Основные элементы составляющие производительные силы общества.
2. Объясните понятие собственность.
3. «Триада» прав собственности.
4. Экономические отношения собственности.
5. Юридические (правовые) отношения собственности.

I

## **Тема 1.6. Сущность рынка и его основные элементы.**

### **Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия рынок.
2. Укажите функции рынка.
3. Каковы принципы рыночной экономики?
4. Классификация рынков по виду товаров.
5. Дайте характеристику рынка труда.

### **Письменная работа:**

*Перечислить основные принципы рыночной экономики*

Основными принципами рыночной экономики являются:

- свободный выбор видов и форм деятельности;
- свободное ценообразование;
- конкуренция;
- равноправие рыночных субъектов с различными формами собственности;
- саморегулирование хозяйственной деятельности;
- принцип договорных отношений, есть одновременно принцип обязательности их соблюдения той и другой стороной;
- самофинансирование;
- децентрализация управления и самостоятельность;
- государственное регулирование рынка;
- экономическая ответственность;
- механизм социальной защиты;
- принцип всеобщности рынка.

## **Тема 1.7. Теория спроса и предложения.**

### **Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия спрос.
2. Объясните сущность закона спроса.
3. Факторы, определяющие объем предложения.
4. Объясните понятие цена предложения.
5. Объясните понятие равновесная цена.

### **Письменная работа:**

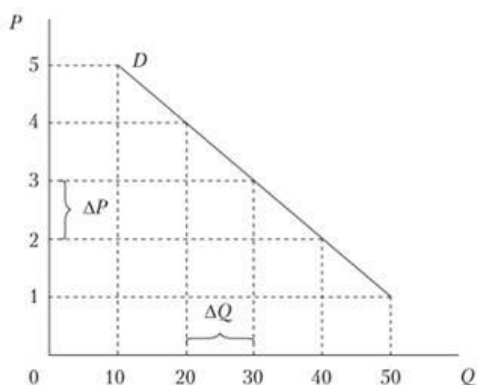
*Построить кривую спроса и предложения*

**КРИВАЯ СПРОСА:** факторы, влияющие на спрос:

- уровень доходов в обществе;
- размеры рынка;
- мода, сезонность;
- наличие товаров-субститутов (заменителей);
- инфляционные ожидания.

Функцию спроса можно представить в виде графика, где соединение между собой точек на графике, каждая из которых является конкретной комбинацией цены и количества, позволяет построить кривую спроса  $D$ .

I

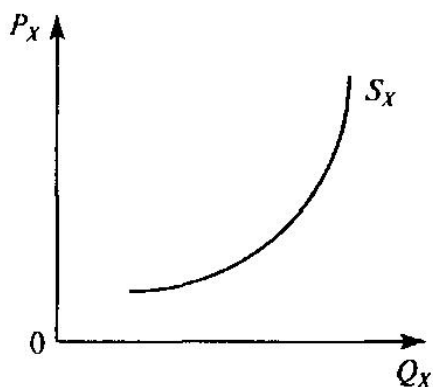


**КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ:** **Функцией предложения** называют зависимость объема предложения от определяющих его факторов:

- цены на ресурсы;
- уровень технологии производства;
- налоги и дотации;
- цены на взаимозаменяемые (взаимодополняемые) товары;
- ожидания продавцов на динамику спроса, цен, доходов и т.д.;
- число продавцов.

природно-климатические условия.

Функцию предложения также можно задать с помощью таблицы, которую легко перевести в график



Кривая предложения

### Тема 1.8. Теория поведения потребителя. Поведение производителя.

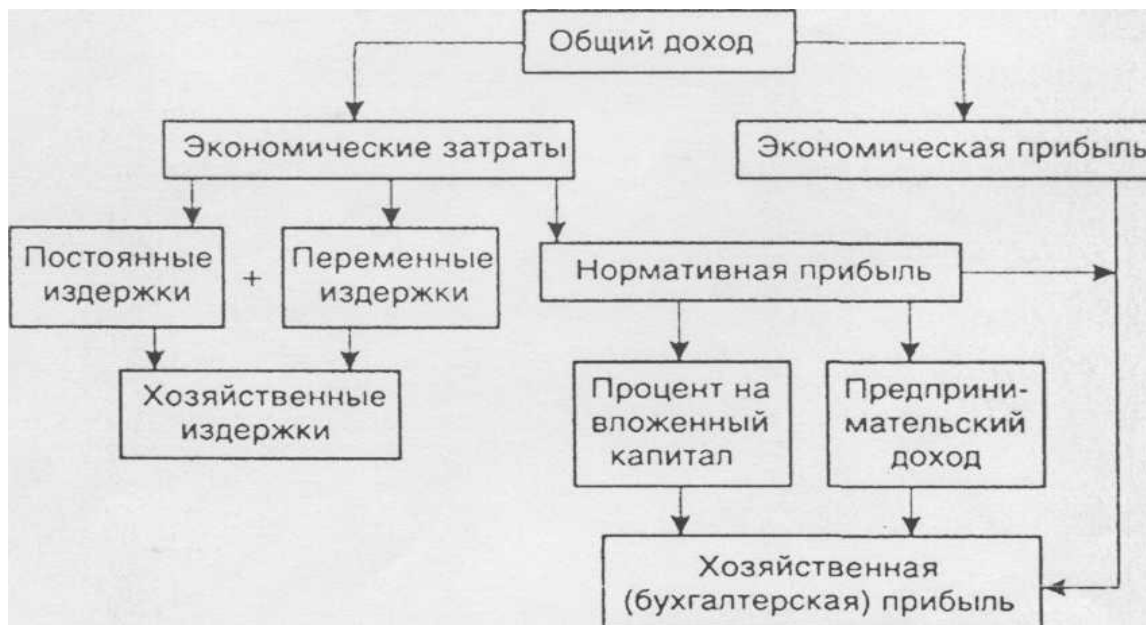
#### Издержки производства.

#### Устный опрос:

1. Объясните сущность правила максимизация полезности.
2. Дайте определение понятия «предельная полезность».
3. Укажите составляющие дохода фирмы.
4. Перечислите факторы, определяющие кривую спроса.
5. Объясните понятие средние издержки.

### Письменная работа:

Составление схемы «доход фирмы», с целью представления оценки результатов деятельности фирмы (или отдельного физического лица), т.е. это выручки от реализованной продукции (услуги) в течение какого-либо периода, как правило, за год. Она отражает экономическую результативность хозяйственной деятельности фирмы (физического лица)



### Тема 1.9. Конкуренция и основные виды рыночных структур.

#### Устный опрос:

1. Дайте определение понятия «конкуренция».
2. Положительные стороны конкуренции.
3. Укажите виды конкуренции.
4. Объясните понятие естественная монополия, приведите пример.

#### Письменная работа:

Составить таблицу положительные и отрицательные стороны конкуренции

| +   | -  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- конкуренция заставляет постоянно искать и использовать в производстве новые возможности;</li><li>- конкуренция требует совершенствовать технику и технологии;</li><li>- конкуренция стимулирует повышение качества товара;</li><li>- конкуренция заставляет снижать затраты (и цены);</li><li>- конкуренция требует от поставщиков товаров (продавцов) снижать цены на предлагаемый товар;</li><li>- конкуренция ориентирует на ассортимент товаров повышенного спроса;</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов (животные, полезные ископаемые, леса, вода и т.д.);</li><li>- отрицательно сказывается на экологии окружающей среды;</li><li>- не обеспечивает развития производства товаров и услуг общественного пользования (дороги, общественный транспорт и т.д.);</li><li>- не гарантирует права на труд (стимулирует безработицу), доход, отдых;</li><li>- не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и</li></ul> |

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкуренция повышает качество продукции (клиент всегда прав);</li> <li>- конкуренция вводит новые формы управления</li> </ul> | <p>расслоению общества на богатых и бедных</p> <p style="text-align: right;">I</p> |
|--|--|

### **Тема 1.10. Спрос и предложение экономических ресурсов. Труд как фактор производства.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие – факторы производства.
2. Объясните понятие предельный продукт фактора производства.
3. Объясните сущность понятия - предложение труда.
4. В чем разница между реальной и номинальной заработной платой.

#### **Письменная работа:**

*Перечислить факторы. Определяющие спрос на труд*

1. Зарплата. При прочих равных условиях зависимость между объемом спроса на услуги труда и его ценой является обратной.
2. Спрос на конечную продукцию. Чем выше спрос на конечный продукт, тем выше и спрос на труд.
3. Взаимозаменяемость факторов производства. Если цена на труд высока, то он будет замещаться более дешевыми факторами производства.
4. Уровень квалификации работников. Уровень квалификации, при прочих равных условиях, предполагает более высокую предельную производительность, что приводит к замещению трудом менее доходных факторов производства.
5. Предельная доходность труда. На рынке совершенной конкуренции объем спроса на труд будет увеличиваться до тех пор, пока предельный доход от использования фактора труда не будет равен издержкам.

### **Тема 1.11. Понятие макроэкономики. Система национальных счетов и ее основные показатели.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие «система национальных счетов».
2. Объясните понятие валовой внутренний продукт.
3. Дайте определение понятия национальный доход.
4. Сущность понятия совокупный спрос.
5. Факторы, воздействующим на совокупное предложение.

#### **Письменная работа:**

*Перечислить основные показатели системы национальных счетов:*

- Валовой национальный продукт
- Валовой внутренний продукт
- Чистый экспорт
- Чистый национальный продукт
- Национальный доход
- Личный доход

### **Тема 1.12. Макроэкономическое равновесие.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие – рыночное равновесие.

2. Виды инвестиций.
3. Факторы, влияющие на размеры инвестиций предприятия.
4. Сущность эффекта мультипликатора.
5. К каким отрицательным результатам в экономике приводит нарушение равновесия между инвестициями и сбережениями?

I

**Тема 1.13. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица, инфляция.**

**Устный опрос:**

1. Фазы классического экономического цикла.
2. Дайте определение понятия безработица.
3. Укажите формы безработицы.
4. Объясните понятие инфляция.
5. Виды инфляции.

**Тема 1.14. Содержание, формы и методы регулирования экономики на макроуровне.**

**Устный опрос:**

1. Функции системы рыночных цен.
2. Общие функции государства в рыночной экономике.
3. Отношения между экономическими субъектами в государственном секторе, их черты.
4. Объясните понятие антимонопольная политика.
5. Направления деятельности антимонопольного законодательства.

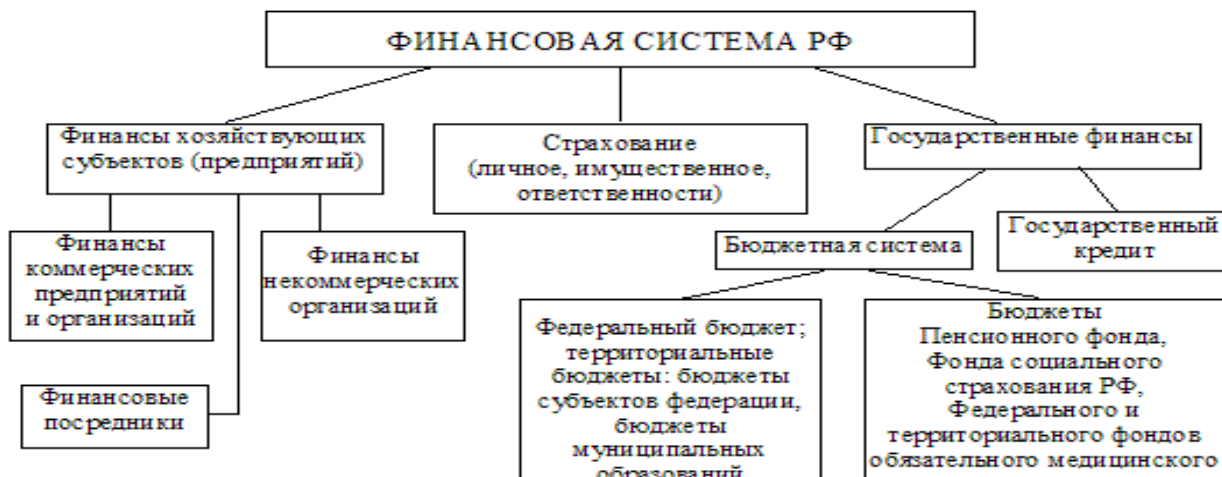
**Тема 1.15. Финансовая система и налогово-бюджетная политика.**

**Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия финансы.
2. Функции финансов.
3. Укажите элементы налога.
4. Виды налоговых ставок.
5. Функции государственного бюджета.

**Письменная работа:**

*Структура финансовой системы состоит:*



## **Тема 1.16. Спрос и предложение денег. Банковская система национальной экономики. Кредитно-денежная политика.**

I

### **Устный опрос:**

1. Элементы банковской системы.
2. Основные функции банков.
3. Элементы денежной системы.
4. Функции денег.
5. Суть денежно-кредитной политики.

## **Тема 1.17. Воспроизводство народонаселения.**

### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие экономическое развитие.
2. Какими показателями материального благосостояния характеризуется экономический рост.
3. Объясните понятие воспроизводство населения.
4. Сущность понятия – уровень жизни.
5. Укажите страны лидеры по численности населения.

### **Письменная работа:**

*Перечислить цели и задачи социальной политики государства*

- защита прав и свобод человека и гражданина, национальных меньшинств, общественной безопасности;
- охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности, принятие законодательства об охране окружающей среды;
- вопросы владения, пользования и распоряжения землей, недрами, водными и другими природными ресурсами;
- координация вопросов здравоохранения; защита семьи, материнства, отцовства и детства; социальное обеспечение;
- общие вопросы воспитания, образования, науки, культуры, физической культуры и спорта;
- защита исконной среды обитания и традиционного образа жизни малочисленных этнических общностей и другие

## **РАЗДЕЛ 2. Основы менеджмента**

### **Тема 2.1. Цикл менеджмента.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие «планирование».
2. Укажите функции менеджмента.
3. Виды планирования по содержанию.
4. Принципы планирования.
5. Этапы стратегического планирования.

#### **Письменная работа:**

*Назвать основные процессы планирования:*

- 1) выбор и постановку цели;
  - 2) выбор средств и путей достижения поставленной цели.
- В том числе планирование по содержанию различают как:
- 1) директивное (процесс разработки планов, имеющий силу юридического закона),
  - 2) индикативное (процесс формирования системы параметров



характеризующих состояние развития экономики, и определяет меры государственного воздействия на социально-экономические процессы),  
3) стратегическое (ориентировано на долгосрочную перспективу и отражает основные направления социально-экономического развития).

I

## **Тема 2.2. Организационные структуры управления.**

### **Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия организационная структура.
2. Каковы типы организационных структур.
3. Объясните понятие делегирование полномочий.
4. Основная цель процесса мотивации.
5. Способы вознаграждения за труд.

## **Тема 2.3. Контроль, его сущность.**

### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие управленческий контроль.
2. Укажите этапы контроля.
3. Перечислите виды контроля.
4. Объясните понятие предварительный контроль.
5. Объясните понятие текущий контроль.

### **Письменная работа:**

*Перечислить основные требования и критерии:*

1. Эффективность контроля;
2. Эффективность влияния на людей;
3. Выполнение задач контроля;
4. Определение границ контроля.

## **Тема 2.4. Лидерство и менеджмент.**

### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие лидер.
2. Укажите основные правила управления неформальными группами.
3. Назовите наиболее эффективный тип руководства.
4. Перечислите виды конфликтов в организации.
5. Укажите симптомы стресса.

### **Письменная работа:**

*Характеристика видов конфликтов в организации:*

1. Внутриличностный конфликт. Одна из самых распространенных его форм — ролевой конфликт, когда к человеку предъявляются противоречивые требования по поводу того, каким должен быть результат его работы.
2. Межличностный конфликт. Чаще всего это борьба руководителей за ограниченные ресурсы, капитал или рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта. Межличностный конфликт может также проявляться и как столкновение личностей. Как правило, взгляды и цели таких людей различаются в корне.
3. Конфликт между человеком и группой. Производственные группы устанавливают нормы поведения и выработки. Каждый должен их соблюдать, чтобы быть принятым неформальной группой и, тем самым, удовлетворить свои социальные потребности.

Однако если ожидания группы находятся в противоречии с ожиданиями отдельной личности, может возникнуть конфликт.

4. Межгрупповой конфликт. Организации состоят из множества групп, как формальных, так и неформальных. Даже в самых лучших организациях между такими группами могут возникать конфликты.

### **Тема 2.5. Информационное обеспечение управления.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие управленческая информация.
2. Перечислите составляющие информационной системы управления.
3. Задачи управленческой информации.
4. Условия рационального варианта технологии управленческих работ.
5. Виды технологии управленческих процессов.

### **Тема 2.6. Коммуникационный менеджмент.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие коммуникация.
2. Укажите элементы коммуникации.
3. Укажите этапы коммуникации.
4. Объясните понятие структура коммуникации.
5. Перечислите основные коммуникационные сети.

### **Тема 2.7. Психология делового общения.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие деловое общение.
2. Каковы отличия делового общения?
3. Объясните сущность понятия коммуникативный барьер.
4. Укажите важнейшие категории этики.
5. Какие факторы учитывают при выборе формы распоряжения?

### **Тема 2.8. Деловой этикет.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие деловой этикет.
2. Укажите основные требования делового этикета.
3. Основные принципы бизнес-этикета.
4. Укажите контрольные вопросы для подготовки доклада.
5. Укажите основные принципы общения по телефону.

### **Тема 2.9. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности**

#### **Письменная работа:**

*Сообщение-рассуждение «Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности»*

### **Тема 2.10. Структура целей организации, ее миссия, планирование и стратегия**

#### **Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия миссия.

2. Требования к формулированию миссии.
3. Требования к целям организации.
4. Перечислите и охарактеризуйте виды планирования.

I

### **Тема 2.11. Товар и товарная политика.**

#### **Устный опрос:**

1. Дайте определение понятия товар.
2. Объясните понятие качество товара.
3. Какие свойства определяют потребительскую полезность товара.
4. Объясните понятие товарный знак.
5. Какие требования предъявляют к упаковке.

#### **Письменная работа:**

*Понятия- товарный знак, упаковка, и маркировка*

Товарный знак - один из видов промышленной собственности, особый символ товарной ответственности, обозначающий, кому принадлежит исключительное право располагать данным товаром, получать прибыль и нести ответственность за поставку некачественного товара.

Упаковка- важнейший составной элемент товара в восприятии потребителя. Упаковка выполняет различные функции по защите, хранению и использованию товара (завершает производственный процесс) и обеспечивает потребителя информацией (стимулирует спрос).

Маркировка - нанесение знаков, надписей, рисунков на товар или упаковку для их опознания и указания способов перевозки, обработки и хранения. Маркировка подразделяется на товарную, отправительскую, транспортную, специальную.

### **Тема 2.12. Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование товара.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие - мотивация потребителей.
2. Стадии мотивации покупателя.
3. Типы покупательского поведения.
4. Дайте определение понятия рыночный сегмент.
5. Требования к рыночным сегментам.

### **Тема 2.13. Цена, ценообразование и ценовая политика.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие цена.
2. Какой показатель лежит в основе цены?
3. Укажите факторы, влияющие на уровень цены.
4. В каких случаях применяются наценки на товар?
5. Задачи ценовой политики предприятия.

#### **Письменная работа:**

*Перечислить основные факторы при установлении цены*

При установлении цены должны быть приняты во внимание следующие факторы:

1. Требования. Уровень требований на услуги ограничивает потолок, или

максимальную цену, которая может быть установлена.

2. Затраты. Они ограничивают минимум возможной цены.
3. Факторы конкуренции. Они могут сузить эти пределы, прежде всего в результате снижения потолка цен.
4. Общие прибыли. Нужно принять во внимание желаемый уровень прибыли.
5. Рыночные цели. Может ли цена использоваться для расширения продаж на выбранном рынке?
6. Правовые и юридические ограничения. Есть ли какие-нибудь юридические акты, влияющие на ценообразование?

#### **Тема 2.14. Сбытовая политика и организация товародвижения.**

##### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие сбыт.
2. Направления сбытовой политики фирмы.
3. Основные элементы сбытовой политики.
4. Виды каналов товародвижения.
5. Укажите пути стимулирования сбыта.

#### **Тема 2.15. Конкуренция и конкурентоспособность.**

##### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие конкуренция.
2. Цель конкуренции.
3. Объясните значение конкурентных преимуществ.
4. Каковы средства защиты конкурентных преимуществ?
5. Основная цель деятельности Федеральной Антимонопольной Службы.

### **РАЗДЕЛ 3. Основы маркетинга**

#### **Тема 3.1. Система сбора, обработки и анализа информации.**

##### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие информация.
2. Укажите формы информации.
3. Объясните понятия: первичная и вторичная информация.
4. Объясните понятия: внутренние и внешние источники информация.
5. Укажите преимущества использования вторичных данных.

#### **Тема 3.2. Методы маркетинговых исследований.**

##### **Устный опрос:**

1. Укажите этапы маркетинговых исследований.
2. Каковы цели маркетинговых исследований?
3. Перечислите этапы наблюдения.
4. Дайте характеристику метода – эксперимент.
5. Укажите основные достоинства метода фокус-группы.

##### **Письменная работа:**

*Какие существуют методы опроса. Дать определение что такое эксперимент.*

Методы опроса :

-Беседа - самостоятельный или дополнительный метод исследования, применяемый с целью получения необходимой информации или разъяснения того, что не было достаточно ясным при наблюдении. Беседа проводится по заранее намеченному плану с выделением вопросов, требующих выяснения. Она ведется в свободной форме без записи ответов собеседника.

-Интервью, при котором исследователь придерживается заранее намеченных вопросов, задаваемых в определенной последовательности. Во время интервью ответы записываются открыто.

-Анкетирование - метод массового сбора материала с помощью анкеты. Те, кому адресованы анкеты, дают письменные ответы на вопросы.

- Эксперимент - специально организованная проверка того или иного метода, приема работы для выявления его эффективности, т.е. проведение серии опытов (создание экспериментальных ситуаций), наблюдение, управление опытом и измерение реакций.

### **Тема 3.3. Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования. Обработка и анализ маркетинговых данных.**

#### **Устный опрос:**

1. По каким вопросам формируется выборка?
2. Этапы разработки выборки.
3. Причины преднамеренных ошибок респондентов.
4. Объясните понятие потенциальная емкость рынка.
5. Объясните понятие реальная емкость рынка.

### **Тема 3.4. Обработка и анализ маркетинговых данных**

#### **Устный опрос:**

1. Обработка и анализ маркетинговых данных

### **Тема 3.5. Формирование стратегии организации и стратегии маркетинговых коммуникаций.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие маркетинговая коммуникация фирмы.
2. Этапы разработки маркетинговой стратегии фирмы.
3. Какие факторы включает макросреда.
4. В каких ситуациях широко применяется стимулирование продаж.
5. На что нацелены мероприятия по содействию потребителю?

### **Тема 3.6. Реклама и ее виды. Оценка и намерение эффективности рекламы.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие реклама.
2. Укажите задачи рекламы.
3. Основные принципы рекламы.
4. Золотые правила рекламы.
5. Объясните понятие эффективности рекламы.

#### **Письменная работа:**

*Перечислить основные принципы и правила рекламы*

### Основные принципы рекламы

1. Заинтересовать клиентов, умело используя рисунки, иллюстрации и другие способы рекламы, которые привлекают внимание клиентов которым она адресована.
2. Поддерживать их заинтересованность, подчеркивая выгодность вашего предложения.
3. Вызвать желания или ассоциации, которые потенциальный клиент отождествлял бы со своей выгодой.
4. Показать преимущества: стоимость зависит не от низкой цены а от лучшего обслуживания, высокого качества; важно обращаться к чувствам собственного достоинства клиента, вызывать у него соответствующие ассоциации.
5. Организовать (облегчить) покупку: необходимо проинформировать клиентов о том, где и как они могут реализовать конкретные предложения (относительно продукта или услуги).

Правила рекламы: реклама должна быть:

- краткой;
- информационно насыщенной;
- оригинальной, чем-то отличающейся от других;
- хорошо запоминающемся;
- наглядной;
- должна показывать отличительные черты;
- рекламируемого;
- научно обоснованной; и, наконец, просто красивой.

### **Тема 3.7. Фирменный стиль организации. Роль и значение брендинга.**

#### **Устный опрос:**

1. Объясните понятие фирменный стиль организации.
2. Основные цели формирования фирменного стиля.
3. Преимущества владельца фирменного стиля.
4. Объясните понятие – брендинг.
5. Функции имиджа организации.

#### **Письменная работа:**

*Основные функции и задачи имиджа организации. Классификация типов имиджей.*

Основные задачи при формировании имиджа:

1. Обеспечить не столько известность, сколько доверие к организации и ее продукции.
2. Символизировать стандарты совершенства, способствуя процветанию организации.
3. Выразить индивидуальность организации (миссию и т. д.).
4. Формировать командный дух, укрепляя корпоративную культуру организации.

Имидж организации выполняет следующие функции:

1. Демонстративную функцию. Чем четче определены цели и задачи организации с точки зрения потребностей клиентов, тем проще создавать корпоративный имидж.
2. Функцию стимуляции - побуждения потребителя к действиям.
3. Адаптивную функцию - обеспечение организации вхождения в необходимую ей общественную среду.
4. Рекламную функцию - привлечение внимания к организации с целью увеличения роста продаж товара, увеличение прибыли и т. д.

Существует классификация типов имиджей по пяти основным базисным признакам:

По направлениям и проявлению:

- внешний имидж (фирменный стиль, логотип, слоган и т. д.);

- внутренний имидж (корпоративные отношения, этика поведения, и т. д.).

По эмоциональной окраске:

- позитивный имидж (на его достижения направлена деятельность PR):

- негативный (например, политический PR).

По целенаправленности деятельности PR:

- естественный (складывается стихийно);

- искусственный (создается специально).

По степени рациональности восприятия:

- когнитивный (дает информацию для специалистов);

- эмоционально-чувственный (направлен на широкую аудиторию).

По содержанию:

- политический;

- имидж организации (корпоративный);

- имидж территории (город, область и т. д.);

- имидж идеи, проекта.

### **Тема 3.8. Маркетинговая служба в работе организации, ее структура, цели и значение**

**Устный опрос:**

1. Объясните направления управления маркетингом.
2. Требования к специалистам в области маркетинга.
3. Требования к организационной структуре предприятия.
4. Основные функции менеджера по маркетингу.
5. Укажите методы расчета численности персонала.

**Письменная работа:**

*Основные должностные функции менеджера по маркетингу*

Основные должностные функции менеджера по маркетингу включают:

- создание работоспособного коллектива, занимающегося маркетингом;
- сбор и оценка рыночной информации;
- совершенствование концепции маркетинга и его стратегии;
- непосредственное планирование маркетинга и управление им;
- подготовка смет расходов по маркетингу;
- оценка конкурентоспособности товара;
- разработка рекомендаций по усовершенствованию товара;
- рекомендации относительно размещения, упаковки и торговой марки товара;
- установление конкурентоспособного уровня цен;
- рекомендации по ценообразованию и скидкам;
- непосредственное рыночное взаимодействие;
- организация обучения в области маркетинга и сбыта;
- контроль и совершенствование сбытовой сети;
- планирование послепродажных услуг и гарантийного обслуживания;
- поиск новых рынков;
- подготовка маркетинговых планов по экспорту;
- внедрение маркетинга во все подразделения предприятия.

### **Тема 3.9. Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.**

**Устный опрос:**

1. Укажите основные функции руководителя маркетинговой службы.
2. Каковы задачи информационной службы.

3. Укажите основные функции руководителя информационной службы.
4. Основные функции сотрудников аналитической службы.
5. Основные функции менеджера по рекламе.

I

## **5. Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной дисциплине**

I. Назначение: Контрольно-оценочные материалы предназначены для контроля и оценки результатов освоения учебной дисциплины ОП. 09. «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности среднего профессионального образования 36.02.01. Ветеринария.

В результате освоения учебной дисциплины ОП. 09. «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» студент должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности 36.02.01. Ветеринария следующими умениями, знаниями, которые формируют профессиональные компетенции, и общими компетенциями:

У/1- применять техники и приемы эффективного общения для решения разного рода задач в профессиональной деятельности;

У/2- уметь искать необходимую информацию и системно анализировать ее для решения вопросов комфортного сосуществования в группе;

У/3- находить разумные решения в конфликтных ситуациях, используя различные виды и средства общения;

У/4- уметь организовывать работу коллектива и команды, взаимодействовать внутри коллектива;

У/5- грамотно применять вербальные и невербальные средства общения;

У/6- применять техники слушания,

У/7- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение в сфере делового общения, опираясь на общечеловеческие ценности и нравственные основы делового общения

З/1 - целей, структуры и средств общения;

З/2 - роли и ролевых ожиданий в общении;

З/3 - техник и приемов общения, правил слушания;

З/4 - правил ведения деловой беседы, деловых переговоров, деловых дискуссий;

З/5 - механизмов взаимопонимания в общении;

З/6 - источников, причин, видов и способов разрешения конфликтов;

З/7 - особенностей конфликтной личности;

З/8 - нравственных принципов общения

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей;

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности



Формой итоговой аттестации по учебной дисциплине является дифференцированный зачет.

I

## II. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Инструкция. Внимательно прочитайте вопрос. Запишите ответ следующим образом:

1. – а
2. – б
3. – а, в, г и т.д.

Все ответы оформите в столбик. После выполнения всех заданий еще раз проверьте правильность ответов. Если считаете, что Ваш ответ не верен, зачеркните его одной чертой и рядом дайте правильный ответ. Время на выполнение: 1 академический час. Успехов!

### *Вариант № 1*

1. Управление – это:

А. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;

Б. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

В. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

А. заместители;

Б. руководители подразделений;

В. руководители групп.

3. Выберите правильные функции менеджмента:

А. планирование;

Б. координирование;

В. распределение;

Г. стимулирование;

Д. все ответы верны.

4. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

А. перспективное;

Б. среднесрочное;

В. оперативное.

5. Выберите основные принципы организации менеджмента:

А. непрерывность;

Б. ритмичность;

В. надежность;

Г. все ответы верны.

6. Задача регулирования:

А. обновление планируемых заданий;

Б. обеспечение своевременного эффективного достижения организацией своих целей;

В. корректировка результатов деятельности;

7. Назовите этапы регулирования:

А. информационная подготовка для принятия решений;

- Б. разработка и принятие решений;  
В. определение структуры предприятия.
8. Влияние – это: I
- А. поведение одного человека, которое вносит изменение в поведение другого человека;  
Б. волевое отношение между людьми, основанное на силе;  
В. убеждение человека в чем-либо.
9. Управление – это:
- А. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.  
Б. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;  
В. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
10. Назовите этапы регулирования:
- А. определение структуры предприятия;  
Б. информационная подготовка для принятия решений;  
В. разработка и принятие решений;
11. Функции менеджмента – это ...
- А. Виды управленческой деятельности, которые обеспечивают формирование управленческого влияния.  
Б. Отдельные виды управленческой деятельности, которые увеличивают эффективность руководства.  
В. Отдельные управленческие процессы, направленные на увеличение продуктивности труда подчиненных.
12. Делегирование – это:
- А. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.  
Б. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.  
В. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.
13. Функция организации базируется на таких категориях:
- А. Полномочие, ответственность, стимулирование, делегирование.  
Б. Полномочие, ответственность.  
В. Полномочие, ответственность, делегирование.
14. Полномочия – это:
- А. Возложена на должностное лицо обязанность выполнять постановленные задания и обеспечивать их позитивное решение.  
Б. Ограниченное право использовать ресурсы предупреждения и направлять усилия подчиненных на выполнения задания.  
В. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.
15. Потребность- это?
- А. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд  
Б. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму  
В. все товар, который способен удовлетворить нужду потребителя  
Г. ответы верны  
Д. правильного ответа нет

16. Разновидности одного и того же товара являются?
- А. конкурентами-желаниями
  - Б. товарно-родовыми конкурентами
  - В. товарно-видовыми конкурентами
  - Г. матками-конкурентами
  - Д. правильного ответа нет
17. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?
- А. поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
  - Б. максимального снижения издержек производства
  - В. наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом
  - Г. все ответы верны
  - Д. правильного ответа нет
18. Целью планирования деятельности организации является
- А. обоснование затрат
  - Б. обоснование сроков
  - В. обоснование численности работников
  - Г. определение выгоды
  - Д. определение целей, сил и средств
19. Из перечисленных менеджеров: 1. Генеральный директор и члены правления. 2. Руководители самостоятельных органов. 3. Руководители цехов. К высшему звену управления относятся:
- А. 1, 2
  - Б. 1, 2, 3
  - В. 2
  - Г. 1
  - Д. 3
20. Экономика - это:
- А. хозяйственная система
  - Б. хозяйственная система, обеспечивающая удовлетворение потребностей конкретного человека и общества в целом
  - В. система жизнеобеспечения страны, решающая задачи производства, распределения и потребления различных благ, необходимых для удовлетворения потребностей людей и государства
  - Г. работа на рынке, использование его законов
21. Количество товаров и услуг, которое можно купить на располагаемый доход в течение определенного периода - это доход...
- А. минимальный
  - Б. реальный
  - В. располагаемый
  - Г. номинальный
22. Основные вопросы, решаемые любой экономической системой...
- А. что производится, как производится, кем потребляется
  - Б. что потребляется, как производится, кто производит
  - В. что потребляется, как потребляется, кем потребляется
  - Г. что производится, как потребляется, кем производится
23. Для организации процесса производства необходимы:

- А. средства производства и труд  
Б. средства труда и труд  
В. средства труда и рабочая сила  
Г. средства производства и рабочая сила
24. Укажите наиболее полное определение инфляции.  
Инфляция - это...
- А. вздутие, разбухание денежно-бумажного обращения  
Б. повышение общего уровня цен  
В. процесс, характеризующийся снижением покупательной способности денег при одновременном росте цен на товары и услуги  
Г. быстрый рост расходов населения
25. Желание и способность людей приобретать экономические блага определяет...
- А. эластичность предложения  
Б. предложение  
В. эластичность спроса  
Г. спрос
26. Потребности - это...
- А. все то, в чем нуждается человек, что требуется ему  
Б. то, что создает человек своим трудом  
В. материальные и нематериальные блага  
Г. то, что достается бесплатно
27. По объему продаж выделяют два вида рынков:
- А. фондовый  
Б. розничный  
В. равновесный  
Г. оптовый  
Д. рынок товаров
28. Ситуация на рынке, при которой величина спроса превышает величину предложения - это...
- А. избыток  
Б. дефицит  
В. равновесие  
Г. конкуренция
29. Налоги - это...
- А. обязательные платежи, взимаемые с хозяйственных субъектов и граждан в пользу государства  
Б. денежные средства, добровольно передаваемые гражданами в распоряжение государства  
В. финансовые средства, резервируемые на специальных счетах государства  
Г. денежные средства предприятий
30. Безработным считается тот, кто...
- А. хочет и может работать, но не имеет работы  
Б. хочет работать  
В. может работать  
Г. трудоспособен

### *Вариант № 2*

1. Менеджмент – это:

А. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;

Б. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

В. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. По форме планирование бывает:

А. тактическое;

Б. конкретное;

В. перспективное

3. Необходимость планирования заключается в определении:

А. конечных и промежуточных целей;

Б. задач, решение которых необходимо для достижения целей;

В. средств и способов решения задач;

Г. правильного ответа нет.

4. Организация – это:

А. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;

Б. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

В. это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

5. Функции административно-оперативного управления:

А. определение структуры предприятий;

Б. периодическое или непрерывное сравнение;

В. установление ответственности.

6. Виды регулирования:

А. реактивное;

Б. операционное;

В. упреждающее.

7. Назовите функции менеджмента:

А. ритмичность;

Б. мотивация;

В. законность;

8. Задачи контроля:

А. сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности;

Б. оценка состояния и значимости полученных результатов;

В. разработка и принятие решений.

9. Какие приемы используются при психологических методах управления?

А. интервью;

Б. беседы;

В. тесты;

Г. наблюдения.

10. Что такое менеджмент?

А. Разновидность науки управления.

Б. Группа руководителей.

В. Разновидность управленческой деятельности.

Г. Это отношение, складывается в процессе управленческой деятельности.

Д.. Совокупность принципов, методов, форм и средств управления, особый вид деятельности, связанный с руководством людьми, умелым использованием их труда и знаний.

I

11. Функции менеджмента

А. Инновационный менеджмент.

Б. Оптимальное сочетание централизованного регулирования и самоуправления.

В.. Организация, планирование, контроль, мотивация.

Г. Перевод фирмы в качественно новое состояние.

Д. Целенаправленность.

12. Выберите понятие, относящиеся к принципам менеджмента.

А. Единоначалия и коллегиальность.

Б. Организация.

В. Достижение цели.

Г. Планирование.

13. Какие из нижеприведенных понятий относятся к целям по содержанию.

А. Долгосрочные.

Б. Общие.

В. Территориальные.

Г. Экономические

14. Ответственность – это:

А. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.

Б. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.

В. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение

15. Группы работников делят на такие категории:

А. Формальные и неформальные.

Б. Простые и сложные.

В. Открытые и закрытые.

16. В маркетинге товар понимается как?

А. продукт товара, произведенный для обмена

Б. физический объект

В. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя

Г. все ответы верны

Д. правильного ответа нет

17. «Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере?

А. производства

Б. распределения

В. удовлетворения потребностей

Г. реализации

Д. все ответы верны

18. Что такое сегментирование рынка?

А. деление конкурентов на однородные группы

Б. деление потребителей на однородные группы

В. все ответы верны

Г. правильного ответа нет

Д. деление товара на однородные группы

19. Планирование действий – это
- цели
- А. выявление обстоятельств, которые необходимо учитывать для достижения цели
  - Б. оценка затрат времени для каждой операции
  - В. создание следующего звена меду постановкой цели и программой ее реализации
  - Г. уточнение ролей
  - Д. создание цели
20. Система контроля в организации обычно состоит из
- А. предварительного, текущего и заключительного
  - Б. текущего и заключительного
  - В. предварительного и заключительного
  - Г. только из текущего контроля
  - Д. только заключительного
21. К социальным последствиям безработицы относятся:
- А. потеря квалификации
  - Б. упадок моральных устоев
  - В. общественные и политические беспорядки
  - Г. потеря определенного объема ВВП
22. Перечислите три свойства товаров
- А. потребительная стоимость
  - Б. меновая стоимость
  - В. стоимость
  - Г. первоначальная стоимость
  - Д. восстановительная стоимость
  - Е. прибавочная стоимость
  - Ж. Остаточная стоимость
23. Если доходы бюджета больше расходов, то бюджет...
- А. дефицитный
  - Б. профицитный
  - В. сбалансированный
  - Г. реальный
24. Первый уровень банковской системы - это...
- А. Центральный банк
  - Б. коммерческие банки
  - В. инвестиционные банки
  - Г. инновационные банки
  - Д. иностранные банки
25. Если доходы бюджета равны расходам, то бюджет...
- А. сбалансированный
  - Б. дефицитный
  - В. профицитный
  - Г. реальный
26. Потребности - это...
- А. то, что создает человек своим трудом
  - Б. все то, в чем нуждается человек, что требуется ему
  - В. материальные и нематериальные блага
  - Г. то, что достается бесплатно
27. Безработным считается тот, кто...
- А. хочет и может работать, но не имеет работы

- Б. хочет работать
- В. может работать
- Г. трудоспособен

I

28. По объему продаж выделяют два вида рынков:

- А. оптовый
- Б. фондовый
- В. розничный
- Г. равновесный
- Д. рынок товаров

29. Ситуация на рынке, при которой величина спроса превышает величину предложения - это...

- А. избыток
- Б. дефицит
- В. равновесие
- Г. конкуренция

30. Налоги - это...

А. обязательные платежи, взимаемые с хозяйственных субъектов и граждан в пользу государства

Б. денежные средства, добровольно передаваемые гражданами в распоряжение государства

В. финансовые средства, резервируемые на специальных счетах государства

Г. денежные средства предприятий

### *Вариант № 3*

1. Планирование – это:

А. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;

Б. перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;

В. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

2. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?

А. функциональное;

Б. горизонтальное;

В. вертикальное;

Г. прямое.

3. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:

А. перспективное;

Б. среднесрочное;

В. оперативное.

4. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:

А. планирования;

Б. организации;

В. контроля.

5. Регулирование – это:

А. управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;



Б. процесс выработки корректируемых мер и реализации принятых технологий;

В. функция менеджмента.

I

6. Принципы регулирования:

А. рациональность;

Б. ритмичность;

В. надежность;

Г. достоверность.

7. Дайте правильное определение функции координации:

А. управленческая деятельность, обеспечивающая согласованность работы рабочих подразделений;

Б. управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;

В. это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

8. Анализ – это:

А. это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков;

Б. управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;

В. это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

9. Назовите психологические методы управления:

А. метод профессионального отбора;

Б. метод социального нормирования;

В. метод гуманизации труда.

10. Задачами менеджмента являются:

А. Тактическая.

Б. Стратегическая

В. Оперативная

Г. Поддержание устойчивости фирмы и всех ее элементов и ее развитие.

Д. Контроль результатов деятельности и внесение коррективов.

11. Процесс менеджменту – это ...

А. Последовательное выполнение функций менеджмента, конкретно:

Б. планирование, организация, мотивация, контроль и регулирование.

В. Последовательность определенных окончанных этапов, выполнение которых способствует обеспечению: управленческого влияния руководящей системы на руководимую для достижения целей организации.

Г. Последовательное выполнение функций и методов менеджмента.

Д. Правильные ответы 1 и 3.

12. Среди условий, что перечислены ниже, выберите такие, которые определяют успех организации.

А. Наличие формальных и неформальных организаций.

Б. Выход на внешний рынок.

В. Способность к выживанию, результативности, практической реализации.

Г. Наличие современных технологий.

13. Организация – это:

- А. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами.  
 Б. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами, имеют общее руководство и общие цели. I  
 В. Группа людей, деятельность которых сознательно, направленно или спонтанно координируется для достижения определенной цели.  
 Г. Группа лиц, которые имеют общее руководство.
14. Управленческое решение это:  
 А. Формы влияния на исполнителей.  
 Б. Организационный инструмент в руках работников управления.  
 В. Творческая деятельность по анализу проблемной ситуации, выбор средств от разрешения.  
 Г. Разрешение.
15. Какие качества должны быть присущи менеджеру?  
 А. Знание по специальности.  
 Б. Практичность ума.  
 В. Спонсорство.  
 Г. Любовь к чтению художественной литературы.
16. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?  
 А. нужда в конкретном виде продукции  
 Б. потребность в товаре (услуге)  
 В. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем  
 Г. все ответы верны  
 Д. правильного ответа нет
17. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по?  
 А. географическим регионам  
 Б. типам рынков  
 В. функциям  
 Г. группам товаров  
 Д. иным образом
18. Маркетинговая информация в зависимости от стадии переработки может быть?  
 А. внешний  
 Б. внутренний  
 В. первичной  
 Г. все ответы верны  
 Д. правильного ответа нет
19. Из чего состоит экономический механизм менеджмента?  
 А. внутрифирменное управление, управление производством  
 Б. управление персоналом, управление производством  
 В. внутрифирменное управление, управление персоналом  
 Г. все перечисленное  
 Д. нет правильного ответа
20. Ключевым фактором в любой модели управления являются:  
 А. модель управления  
 Б. средства производства  
 В. люди  
 Г. финансы  
 Д. структура управления

21. Три основных фактора производства - труд, земля, капитал. Какая из ниже перечисленных групп, включает в себя все три составляющие:

А. предприниматели, деньги, рента

I

Б. воздух, ученые, автомобили

В. рабочие, станки, здания

Г. нефть, газопровод, ювелирные изделия

22. Рациональное использование природных ресурсов обусловлено...

А. повышением потребностей людей

Б. ограниченностью ресурсов

В. обострением экологических проблем

Г. государственными интересами

23. Производство возникло потому, что

А. к этому вынудила природа

Б. ограничены ресурсы

В. возросли потребности людей

Г. этого захотел сам человек

24. Назовите три основных вопроса экономики:

А. что производить?

Б. как производить?

В. когда производить?

Г. для кого производить?

25. Если доходы бюджета равны расходам, то бюджет...

А. сбалансированный

Б. дефицитный

В. профицитный

Г. реальный

26. Потребности - это...

А. то, что создает человек своим трудом

Б. материальные и нематериальные блага

В. то, что достается бесплатно

Г. все то, в чем нуждается человек, что требуется ему

27. Налоги - это...

А. обязательные платежи, взимаемые с хозяйственных субъектов и граждан в пользу государства

Б. денежные средства, добровольно передаваемые гражданами в распоряжение государства

В. финансовые средства, резервируемые на специальных счетах государства

Г. денежные средства предприятий

28. Безработным считается тот, кто...

А. хочет и может работать, но не имеет работы

Б. хочет работать

В. может работать

Г. трудоспособен

29. По объему продаж выделяют два вида рынков:

А. фондовый

Б. розничный

В. равновесный

Г. оптовый

Д. рынок товаров

30. Ситуация на рынке, при которой величина спроса превышает величину предложения - это...

- А. избыток
- Б. дефицит
- В. равновесие
- Г. конкуренция

I

### ПАКЕТ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

#### УСЛОВИЯ

Количество вариантов заданий – 3.

Время выполнения – 1 академический час.

Оборудование: шариковая ручка, проштампованные листы бумаги.

Ведомость дифференцированного зачета.

#### Шкала оценки:

|                         | процент выполненных заданий (%) | количество выполненных заданий |
|-------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| 5 (отлично)             | 100-91                          | 30-28                          |
| 4 (хорошо)              | 90-76                           | 27-25                          |
| 3 (удовлетворительно)   | 75-65                           | 24-20                          |
| 2 (неудовлетворительно) | до 64                           | от 19                          |

#### Ключ

| Вариант № 1 |       | Вариант № 2 |       | Вариант №3 |       |
|-------------|-------|-------------|-------|------------|-------|
| №           | ответ | №           | ответ | №          | ответ |
| 1           | а     | 1           | в     | 1          | а     |
| 2           | б     | 2           | в     | 2          | б в   |
| 3           | а. б  | 3           | а б в | 3          | а     |
| 4           | б     | 4           | в     | 4          | б     |
| 5           | г     | 5           | а в   | 5          | а в   |
| 6           | б     | 6           | а в   | 6          | а г   |

|    |      |    |       |    |       |
|----|------|----|-------|----|-------|
| 7  | а. б | 7  | б     | 7  | а     |
| 8  | а    | 8  | б     | 8  | а     |
| 9  | б    | 9  | а б в | 9  | а в   |
| 10 | б. в | 10 | д     | 10 | г     |
| 11 | б    | 11 | в     | 11 | д     |
| 12 | в    | 12 | а     | 12 | г     |
| 13 | в    | 13 | г     | 13 | б     |
| 14 | а    | 14 | б     | 14 | в     |
| 15 | б    | 15 | а     | 15 | а б   |
| 16 | в    | 16 | в     | 16 | в     |
| 17 | в    | 17 | в     | 17 | в     |
| 18 | д    | 18 | б     | 18 | в     |
| 19 | г    | 19 | а     | 19 | г     |
| 20 | в    | 20 | а     | 20 | в     |
| 21 | б    | 21 | б в   | 21 | б     |
| 22 | а    | 22 | а б в | 22 | б     |
| 23 | г    | 23 | б     | 23 | в     |
| 24 | в    | 24 | а     | 24 | а б г |
| 25 | г    | 25 | а     | 25 | а     |
| 26 | а    | 26 | б     | 26 | г     |
| 27 | б г  | 27 | а     | 27 | а     |
| 28 | б    | 28 | а в   | 28 | а     |
| 29 | а    | 29 | б     | 29 | б г   |
| 30 | а    | 30 | а     | 30 | б     |

I