Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИИСиЭ
Н.В. Кузьмин
«26» мая 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

(текущего и промежуточного оценивания)

Институт **Инженерных систем и энергетики**

Кафедра **«Организация и экономика сельскохозяйственного производства»**

Наименование и код ОПОП **35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования»**

Квалификация выпускника **«Техник-механик»**

Дисциплина **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

Университет настоящих профессий
Красноярский Государственный Аграрный Университет
1952

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
ВЫДАННОЙ: ФГБОУ ВО КРАСНОЯРСКИЙ ГАУ
ВЛАДЕЛЕЦ: РЕКТОР ПЫЖИКОВА Н.И.
ДЕЙСТВИТЕЛЕН: 16.03.2023 - 08.06.2024

Красноярск, 2023

Составитель: Булыгина С.А., преподаватель

«20» февраля 2023 г.

ФОС разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования»

ФОС обсуждён на заседании кафедры «Организация и экономика сельскохозяйственного производства»

Протокол № 6 от «20» февраля 2023 г.

Зав. кафедрой Филимонова Н.Г., д.э.н., профессор

«20» февраля 2023 г.

ФОС принят методической комиссией института ИСиЭ, протокол № 9 от 31.04.2023 г.

Председатель методической комиссии ИИСиЭ Доржеев А.А., к.т.н., доцент

31.04.2023 г.

Содержание

1. Цель и задачи фонда оценочных средств 4
2. Нормативные документы 4
3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе 5
освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций 5
4. Показатели и критерии оценивания компетенций 9
5. Фонд оценочных средств 13
5.1. Фонд оценочных средств для текущего контроля 13
5.1.1. Банк тестовых заданий. Критерии оценивания 14
5.1.2. Вопросы для текущего опроса. Критерии оценки 42
5.2. Фонд оценочных средств для промежуточного контроля 46
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 48
6.1. Основная литература 48
6.2. Дополнительная литература 48
6.3. Информационные ресурсы сети интернет 49
6.4. Программное обеспечение 50
6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям 50

1. Цель и задачи фонда оценочных средств

Целью создания ФОС дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательной программы, рабочей программы дисциплины.

ФОС по дисциплине решает **задачи**:

– контроль и управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определённых в ФГОС СПО, ОПОП СПО и Учебном плане по специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования», квалификации выпускника «Техник-механик»;

– контроль (с помощью набора оценочных средств) и управление (с помощью элементов обратной связи) достижением целей реализации ОПОП, определённых в виде набора общих и профессиональных компетенций выпускников;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс Университета.

Назначение фонда оценочных средств: используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Также предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершении изучения дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» в установленной учебным планом форме: зачёт.

2. Нормативные документы

ФОС разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, Основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования, Учебного плана по специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования»), профессионального стандарта 13.001 «Специалист в области механизации сельского хозяйства», рабочей программы дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Компетенция	Этап формирования компетенции	Общеобразовательные технологии	Тип контроля	Форма контроля
ОК 01 – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ОК 02 – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ОК 03 – планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ОК 04 – эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ОК 05 – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт

ОК 06 – проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ОК 07 – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 1.6 – выполнять оперативное планирование работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 1.8 – осуществлять выдачу заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 1.9 – осуществлять контроль выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудо-	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование

вания на заданные параметры работы, а также оперативный контроль качества выполнения механизированных операций	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 1.10 – осуществлять оформление первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, готовить предложения по повышению эффективности ее использования в организации	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 2.5 – выполнять оперативное планирование выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 2.6 – осуществлять выдачу заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК 2.10 – оформлять документы о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составлять техническую документацию на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, готовить предложения по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации	теоретический (информационный)	лекции	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт

ПК-3.4 – обеспечивать режимы консервации и хранения сельскохозяйственной техники	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК-4.1 – участвовать в планировании основных показателей машинно-тракторного парка сельскохозяйственного предприятия	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК-4.2 – планировать выполнение работ исполнителями	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК-4.3 – организовывать работу трудового коллектива	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК-4.4 – контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт
ПК-4.5 – вести утверждённую учётно-отчётную документацию	теоретический (информационный)	лекции, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	практико-ориентированный	практические занятия, самостоятельная работа	текущий	тестирование
	оценочный	аттестация	промежуточный	зачёт

4. Показатели и критерии оценивания компетенций

Таблица 4.1 – Показатели и критерии оценки результатов обучения

Показатель оценки результатов обучения	Критерий оценки результатов обучения
ОК 01. – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	
Пороговый уровень	Студенты способны выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора способов решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного выбора способов решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02. – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
Пороговый уровень	Студенты способны использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование использования современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного использования современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03 – планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	
Пороговый уровень	Студенты способны планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использования знаний по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использования знаний по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04 – эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	
Пороговый уровень	Студенты способны эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование эффективного взаимодействия и работы в коллективе и команде

Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для эффективного взаимодействия и работы в коллективе и команде
ОК 05 – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	
Пороговый уровень	Студенты способны осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование осуществления устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного осуществления устной и письменной коммуникации 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, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	
Пороговый уровень	Студенты способны проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование проявления гражданско-патриотической позиции, демонстрации осознанного поведения на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применения стандартов антикоррупционного поведения
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для проявления гражданско-патриотической позиции, демонстрации осознанного поведения на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применения стандартов антикоррупционного поведения
ОК 07 – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	
Пороговый уровень	Студенты способны содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование содействия сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применения знаний об изменении климата, принципов бережливого производства, эффективного действия в чрезвычайных ситуациях
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для содействия сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применения знаний об изменении климата, принципов бережливого производства, эффективного действия в чрезвычайных ситуациях

ПК 1.6 – выполнять оперативное планирование работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники	
Пороговый уровень	Студенты способны выполнять оперативное планирование работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование оперативного планирования работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного оперативного планирования работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники
ПК 1.8 – осуществлять выдачу заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин	
Пороговый уровень	Студенты способны осуществлять выдачу заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для выдачи заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин
ПК 1.9 – осуществлять контроль выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативный контроль качества выполнения механизированных операций	
Пороговый уровень	Студенты способны осуществлять контроль выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативный контроль качества выполнения механизированных операций
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование контроля выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативного контроля качества выполнения механизированных операций
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для контроля выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативного контроля качества выполнения механизированных операций
ПК 1.10 – осуществлять оформление первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, готовить предложения по повышению эффективности ее использования в организации	
Пороговый уровень	Студенты способны осуществлять оформление первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, готовить предложения по повышению эффективности ее использования в организации

Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, подготовки предложений по повышению эффективности её использования в организации
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для оформления первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, подготовки предложений по повышению эффективности её использования в организации
ПК 2.5 – выполнять оперативное планирование выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования	
Пороговый уровень	Студенты способны выполнять оперативное планирование выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование оперативного планирования выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного оперативного планирования выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования
ПК 2.6 – осуществлять выдачу заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования	
Пороговый уровень	Студенты способны осуществлять выдачу заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования
Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для выдачи заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования
ПК 2.10 – оформлять документы о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составлять техническую документацию на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, готовить предложения по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации	
Пороговый уровень	Студенты способны оформлять документы о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составлять техническую документацию на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, готовить предложения по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации

Продвинутый уровень	Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование документов о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составления технической документации на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, подготовки предложений по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации
Высокий уровень	Студенты способны использовать сведения из различных источников для оформления документов о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составления технической документации на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, подготовки предложений по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации

Таблица 4.2 – Шкала оценивания

Показатель оценки результатов обучения	Шкала оценивания
Пороговый уровень	60-72 балла
Продвинутый уровень	73-86 балла
Высокий уровень	87-100 баллов

5. Фонд оценочных средств

5.1. Фонд оценочных средств для текущего контроля

Текущий контроль используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга.

В ходе текущего контроля проводится оценивание качества изучения и усвоения студентами учебного материала по разделам, темам, модулям (логически завершённой части учебного материала) в соответствии с требованиями программы.

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем, читающим лекции и ведущим практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

– тестирование;

– текущий опрос;

– отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность), работа у доски, своевременная сдача тестов и письменных домашних заданий.

Текущий контроль успеваемости студентов включает в себя тестирование.

5.1.1. Банк тестовых заданий. Критерии оценивания

Тестовые задания по модулю 1 – Основы экономики

Формы тестовых заданий	Тестовые задания
4	1. Установите соответствие между терминами и определениями: А) экономика (как наука); Б) экономика (как хозяйство); В) ограниченность; Г) экономические блага; Д) даровые блага; 1) недостаточность объёма имеющихся ресурсов всех видов для производства того объёма блага, который люди хотели бы получить; 2) изучение эффективного использования ограниченных ресурсов для удовлетворения неограниченных потребностей; 3) блага, имеющийся объём которых больше потребностей людей; 4) совокупность общественно-экономических отношений, совокупность отраслей народного хозяйства; 5) блага, доступные людям в меньшем объёме, чем их потребности.
4	2. Установите соответствие между терминами и определениями: А) микроэкономика; Б) макроэкономика; В) факторы производства; Г) экономические блага; Д) специализация; 1) средства удовлетворения человеческих потребностей, доступные людям в объёме меньшем, чем объём этих потребностей; 2) изучение отдельных экономических единиц; 3) ресурсы, необходимые для осуществления производства; 4) сосредоточение производства в руках наиболее эффективного производителя; 5) изучение экономических явлений в целом.
1	3. Проблема «что, как и для кого производить» реальна: А) в любом обществе; Б) только в плановой экономике; В) только в рыночной экономике; Г) только в переходной экономике.
1	4. Ограниченность – это проблема, которая: А) есть у всех людей и стран; Б) никогда не возникает у богатых стран; В) есть только у бедных стран; Г) решена правительством Японии.
1	5. Экономика эффективна, если в ней достигнуты: А) полная занятость; Б) полный объём производства; В) или полная занятость, или полный объём производства; Г) и полная занятость, и полный объём производства.

1	6. Кривая производственных возможностей показывает: А) точное количество двух товаров, которое предприятие намерено произвести; Б) максимально возможный объём производства двух товаров при наличии данного количества ресурсов и данной технологии; Г) лучшую из возможных комбинаций использования двух ресурсов; Д) время, когда вступает в действие закон возрастания альтернативной стоимости.
1	7. Рынок – это: А) механизм реализации продавцами своих продуктов; Б) механизм, сводящий покупателей и продавцов товаров и услуг; В) механизм реализации желаний покупателей приобрести товары или услуги; Г) всё перечисленное.
1	8. Условия для формирования любого рынка: А) отсутствие института частной собственности и свободы заключения контрактов; Б) присутствие института частной собственности и отсутствие свободы заключения контрактов; В) отсутствие института частной собственности и присутствие свободы заключения контрактов; Г) присутствие института частной собственности и свободы заключения контрактов.
1	9. Основой успешной рыночной экономики являются: А) частная собственность, свободная система ценообразования и эффективное производство; Б) частная и государственная собственность, свободная система ценообразования и конкуренция; В) экономическая свобода, эффективное производство, свободная система ценообразования и конкуренция; Г) экономическая свобода, высокий уровень жизни, экономическая безопасность, стабильный уровень цен, положительное сальдо торгового баланса, бездефицитный бюджет.
1	10. Функции рынка: А) посредническая; Б) ценообразующая и регулирующая; В) стимулирующая; Г) оздоравливающая; Д) всё перечисленное.
1	11. Функция рынка, заключающаяся в соединении продавцов и покупателей: А) посредническая; Б) ценообразующая; В) стимулирующая; Г) регулирующая; Д) оздоравливающая.
1	12. Функция рынка, заключающаяся в том, что на основе спроса и предложения на рынке формируется цена товара: А) ценообразующая; Б) посредническая; В) стимулирующая; Г) регулирующая; Д) оздоравливающая.

1	13. Функция рынка заключается в том, что из менее выгодных отраслей капиталы перетекают в более выгодные: А) регулирующая; Б) стимулирующая; В) оздоравливающая; Г) ценообразующая; Д) посредническая.
1	14. Функция рынка заключается в том, чтобы стимулировать товаропроизводителей производить товары, на которые есть спрос: А) стимулирующая; Б) оздоравливающая; В) регулирующая; Г) ценообразующая; Д) посредническая.
1	15. Функция рынка заключается в том, чтобы «очищать» экономику от неэффективной и не нужной характерной деятельности: А) оздоравливающая; Б) стимулирующая; В) регулирующая; Г) ценообразующая; Д) посредническая.
1	16. К преимуществам рыночного механизма относится: А) сохранение невоспроизводимых экономических ресурсов; Б) заинтересованность в создании общественных благ; В) свобода выбора для производителей и потребителей; Г) сохранение механизма конкуренции.
1	17. К преимуществам рынка относится всё перечисленное ниже, ***кроме***: А) эффективного распределение и использование ресурсов; Б) высокой степени адаптивности к условиям производства; В) свободы выбора продавцов и покупателей; Г) неблагоприятного воздействия на окружающую среду; Д) относительно быстрого восстановления рыночного равновесия.
1	18. При классификации рынков на легальный и нелегальный (теневой) главным критерием является: А) степень конкурентности рынков; Б) экономическое назначение объектов рыночных отношений; В) уровень насыщенности рынков; Г) степень соответствия законам; Д) территориальный (географический) признак.
1	19. При классификации рынков на местный, региональный, национальный, международный (мировой) главным критерием является: А) степень конкурентности рынков; Б) экономическое назначение объектов рыночных отношений; В) уровень насыщенности рынков; Г) степень соответствия законам; Д) территориальный (географический) признак.

1	20. При классификации рынков на дефицитный (рынок продавца), избыточный (рынок покупателя) и равновесный главным критерием является: А) степень конкурентности рынков; Б) экономическое назначение объектов рыночных отношений; В) уровень насыщенности рынков; Г) степень соответствия законам; Д) территориальный (географический) признак.
1	21. К рыночной инфраструктуре относится всё перечисленное ниже, ***кроме***: А) товарных бирж и биржи труда; Б) фондовой биржи; В) бюджета государства; Г) банков и кредитных организаций.
4	22. Установите соответствие между терминами и определениями: А) спрос; Б) величина спроса; В) дефицит; Г) равновесная цена; Д) избыток; 1) цена, позволяющая продать весь объём товара, который изготовители согласны предложить при такой цене в данный период времени; 2) сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже; 3) объём товара определенного вида, который покупатели готовы приобрести на протяжении данного периода при определённой цене этого товара; 4) ситуация на рынке, когда покупатели готовы купить больший объём товара, чем продавцы согласны предложить к продаже; 5) ситуация на рынке, когда при существующем уровне цен продавцы предлагают больший объём товара, чем покупатели готовы купить.
4	23. Установите соответствие между терминами и определениями: А) избыток; Б) равновесное количество; В) предложение; Г) величина предложения; Д) эластичность; 1) степень чувствительности количества одного элемента к изменению другого; 2) ситуация, возникающая на рынке, когда при существующем уровне цены продавцы предлагают к продаже больший объём товара; 3) сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения от уровня цен; 4) объем товара определенного вида, который продавцы готовы предложить в течение определенного периода времени на рынок при определенном уровне цены на этот товар; 5) объём товара, который по данной цене будет продан полностью.
1	24. Суть закона спроса в том, что: А) спрос зависит от предложения; Б) величина спроса определяется величиной предложения; В) чем выше цена товара, тем меньше величина спроса; Г) величина спроса прямо пропорциональна цене.

1	25. Кривая рыночного спроса показывает: А) как будет снижаться потребление блага при снижении доходов потребителей; Б) по какой цене будет осуществляться подавляющая часть сделок; В) что покупатели склонны покупать больше товаров по более высоким ценам; Г) какое количество блага потребители желают и могут приобрести в единицу времени.
1	26. Увеличение спроса на товар может быть вызвано снижением цены: А) данного товара; Б) товара, дополняющего данный; В) товара, заменяющего данный; Г) нет правильного ответа.
1	27. Закон предложения гласит, что: А) покупатели купят больше товара по более низким ценам, чем по высоким; Б) продавцы будут продавать больше товара, если цены будут выше, а не ниже; В) количество товара, предлагаемое к продаже, не зависит от цены; Г) покупают больше товара по высоким ценам, чем по низким.
1	28. Кривая рыночного предложения показывает: А) какое количество блага продавцы желают продать в единицу времени при различных ценах; Б) что продавцы склонны продавать больше товаров по более низким ценам; В) по какой цене будет осуществляться подавляющая часть сделок; Г) как будет возрастать потребление блага при повышении доходов покупателей.
1	29. Сдвиг кривой предложения может быть связан: А) с уменьшением цены на данный товар; Б) с увеличением цены на данный товар; В) с увеличением заработной платы рабочих; Г) с усовершенствованием технологий.
1	30. При появлении новых производителей на рынке, скорее всего: А) цена равновесия увеличится; Б) спрос увеличится; В) предложение уменьшится; Г) цена равновесия уменьшится.
1	31. Предельная полезность – это: А) максимальный уровень полезности, который хочет получить потребитель; Б) полезность, которую потребитель получает от потребления дополнительной единицы блага; В) полезность, которую можно получить при потреблении данного количества блага; Г) максимальный уровень полезности, которого можно достичь при расходовании данной суммы денег.
1	32. Закон убывающей предельной полезности означает, что: А) полезность, приносимая каждой последующей единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров; Б) полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения доходов потребителя; В) полезность приобретаемых товаров убывает по мере снижения цены на товары; Г) нет правильного ответа.
1	33. Кривые безразличия – это кривые: А) равного количества двух благ; Б) равного уровня полезности наборов товаров; В) равного дохода потребителей; Г) равенства цен двух товаров.

1	34. Кривые безразличия не обладают следующими свойствами: А) имеют отрицательный наклон; Б) никогда не пересекаются; В) выпуклы к началу координат; Г) кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, представляет собой менее предпочтительные для потреби теля блага.
1	35. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что: А) в отрасли действует большое количество фирм; Б) фирмы выпускают стандартный продукт; В) отсутствуют входные барьеры на рынок; Г) все ответы верны.
1	36. В группу условий совершенной конкуренции ***не*** входит условие: А) имеется много продавцов данного товара; Б) товар должен быть стандартным; В) отсутствие всяких барьеров на вход в отрасль; Г) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна.
1	37. На рынке монополистической конкуренции выпускают: А) дифференцированный продукт; Б) стандартизированный продукт; В) уникальный продукт; Г) все ответы верны.
1	38. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту: А) выпускают дифференцированные товары; Б) на рынке оперирует много покупателей и продавцов; В) выпускают однородные товары; Г) существуют значительные барьеры на вход в отрасль.
1	39. Если в отрасли действует несколько крупных фирм, существуют значительные барьеры для входа на рынок, фирма выпускает дифференцированный или стандартизированный продукт, то это рынок: А) совершенной конкуренции; Б) олигополии; В) монополистической конкуренции; Г) монополии.
1	40. Олигополия – это рыночная структура, где оперирует: А) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт; Б) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт; В) небольшое число фирм; Г) только одна фирма.
1	41. Монополия – это рыночная структура, где: А) существуют практически непреодолимые барьеры для входа в отрасль; Б) существует небольшое количество крупных фирм; В) цены устанавливаются под воздействием спроса и предложения; Г) выпускается стандартизированный продукт.
1	42. Наилучший пример чистой монополии – это: А) булочная рядом с Вашим домом; Б) Горводоканал; В) производитель пива; Г) авиалиния между Вашим городом и столицей.

4	43. Установите соответствие между терминами и определениями: А) Реальный ВВП; Б) Номинальный ВВП; В) ЧНП; Г) НД; 1) Часть ВНП, которая остается за вычетом амортизационных отчислений; 2) ВВП в текущих ценах; 3) часть ВВП, остающаяся за вычетом амортизационных отчислений и косвенных налогов; 4) ВВП, выраженный в неизменных ценах, то есть в ценах базового года.
1	44. При расчете ВВП по доходам учитываются: а) заработная плата, сбережения, инвестиции; б) потребительские расходы, налоги, амортизация; в) прибыль, процент, рента; г) государственные закупки, рента, косвенные налоги.
1	45. В расчет ВВП как суммы доходов ***не*** включают: А) ренту; Б) чистый экспорт; В) прибыль; Г) процент по вкладам.
1	46. В ВВП не учитываются: А) услуги домашних хозяек; Б) потребительские расходы; В) чистый экспорт; Г) амортизация
1	47. Что понимают под реальным ВНП? а) стоимость ВНП в текущих ценах; б) стоимость ВНП в ценах базового года; в) ВНП в натуральных единицах измерения; г) плановый уровень ВНП.
1	48. Дефлятор ВВП равен: А) отношению номинального ВВП к реальному; Б) отношению реального ВВП к номинальному; В) сумме индексов цен произведенной продукции данного года; Г) произведению ИПЦ данного года и базового.
1	49. ЧНП отличается от НД на величину: а) амортизации; б) трансфертных выплат; в) косвенных налогов на бизнес; г) прямых налогов.
1	50. Если к НД прибавить косвенные налоги, то получится: А) ЧИП; Б) ВВП; В) ВНП; Г) ЛД.
1	51. Совокупный спрос в макроэкономике – это: А) государственные расходы и инвестиционный спрос предприятий; Б) спрос домохозяйств и чистый экспорт; В) спрос всех макроэкономических субъектов экономики; Г) спрос домохозяйств и инвестиционный спрос предприятий.

	52. Совокупное потребление – это: А) часть дохода домохозяйств, затраченная на покупку товаров и услуг в текущем периоде; Б) часть доходов, предназначенная на покупку товаров и ус луг в будущем периоде; В) остаток дохода, накапливаемый на банковских счетах; Г) все ответы неверны.
	53. Инвестиции – это: А) часть дохода, не израсходованная в текущем периоде; Б) вложения во все виды производственных и непроизводственных ресурсов; В) приобретение недвижимости; Г) приобретение товаров длительного пользования, валюты и золота.
4	54. Установите соответствие между терминами и определениями: А) инфляция; Б) дефляция; В) дезинфляция; Г) полная занятость; Д) норма безработицы; 1) уровень занятости, когда в экономике имеется только фрикционная и структурная безработица; 2) снижение общего уровня цен; 3) долговременное, устойчивое повышение общего уровня цен на товары и услуги, поступающие на внутренний рынок данной страны; 4) отношение числа безработных к численности рабочей силы в процентах; 5) снижение темпа прироста общего уровня цен.
1	55. Фазами экономического цикла принято считать: А) бум, подъём, оживление, рост экономики; Б) депрессия, спад, падение деловой активности, бум; В) подъём, пик, рецессия, дно; Г) все ответы неверны.
1	56. В период кризиса наблюдается: А) рост безработицы; Б) падение безработицы; В) занятость остается неизменной; Г) нет правильного ответа.
1	57. В период оживления экономики: А) номинальный объем производства уменьшается; Б) номинальный объем производства остается без изменений; В) реальный объем производства увеличивается; Г) уменьшается реальный объем производства, а номинальный растет.
1	58. В состав рабочей силы включается: А) кондитер, вышедший на пенсию; Б) домохозяйка, работающая уборщицей на полставки; В) учитель фехтования, отчаявшийся найти работу; г) рэкетир, осужденный по статье Уголовного кодекса.
1	59. К категории безработных относится: А) автомеханик, который больше не хочет работать; Б) машинистка, направленная службой занятости на курсы программистов; В) строитель, который не работает из-за сильных морозов.

1	60. Примером скрытой безработицы служит: А) неработающая домохозяйка; Б) металлург, отправленный в вынужденный неоплачиваемый отпуск; В) мелкий бизнесмен, занятый в теневом секторе экономики; Г) заключенный в лагере, работающий на лесоповале.
1	61. Потерявший работу из-за спада в экономике попадает в категорию: А) фрикционных безработных; Б) циклических безработных; В) структурных безработных; Г) добровольных безработных.
1	62. Работник, уволившийся добровольно, ищущий, но еще не нашедший работу, попадает в категорию: А) структурных безработных; Б) фрикционных безработных; В) циклических безработных; Г) неполно занятых.
1	63. Инфляция – это: А) долговременное повышение цен на небольшую группу от дельных товаров; Б) долговременное повышение общего уровня цен; В) сезонное повышение цен на все или большую часть товаров и услуг; Г) все ответы верны.
1	64. Умеренная инфляция: А) в своем развитии порождает тенденцию к снижению среднегодового темпа общего уровня цен и переходит к нормальной инфляции; Б) способна самоускоряться и перерастать в галопирующую инфляцию; В) во всех случаях характеризуется стабильным темпом роста цен и не содержит опасности усиливаться и перерастать в галопирующую; Г) все ответы верны.
1	65. Если уровень инфляции составляет 20 % в год, то такая инфляция называется: А) умеренная; Б) галопирующая; В) нормальная; Г) гиперинфляция.
1	66. Если резко возрастут цены на энергоносители, то это: А) инфляция спроса; Б) инфляция издержек; В) стагфляция; Г) все ответы неверны.
4	67. Установите соответствие между терминами и определениями: А) экономический рост; Б) экономическое развитие; В) государственный долг; Г) монетарная политика; Д) фискальная политика; 1) общая сумма долговых обязательств государства; 2) долговременное устойчивое увеличение объема реального ВВП как в абсолютных показателях, так и на душу населения; 3) совокупность экономического роста и качественных изменений; 4) меры, которые предпринимает правительство с целью стабилизации экономики с помощью изменения величины доходов и (или) расходов государственного бюджета; 5) меры, проводимые ЦБ по регулированию денежного рынка и денежной массы с целью стабилизации экономики.

1	68. Экономический рост измеряется как: А) увеличение номинального объёма национального производства за определённый временный период; Б) увеличение реального объёма производства на душу населения за определённый период времени; В) увеличение номинального объёма производства на душу населения за определённый период времени.
1	69. К факторам экономического роста относятся: А) количество и качество природных ресурсов; Б) количество и качество трудовых ресурсов; В) применяемые в производстве технологии; Г) все ответы верны.
1	70. К интенсивным факторам экономического роста относятся: А) качественное совершенствование производственных мощностей; Б) увеличение отработанного времени; В) увеличение численности занятых в производстве; Г) все ответы верны.
1	71. К экстенсивным факторам экономического роста относится: А) увеличение производительности труда; Б) улучшение организации производства; В) увеличение численности занятых в производстве работников; Г) все ответы верны.
1	72. Государственный долг – это: А) задолженность населения, фирм, банков и зарубежных государств перед правительством данной страны; Б) задолженность правительства перед населением страны; В) задолженность правительства данной страны перед иностранными государствами; Г) задолженность правительства перед всеми хозяйствующими субъектами как данной страны, так и зарубежных стран.
1	73. К негативным последствиям государственного долга относятся: А) снижение уровня жизни; Б) перераспределение национального богатства; В) снижение темпов развития экономики; Г) все ответы верны.
1	74. Инструментом монетарной политики не является: А) изменение нормы обязательных резервов; Б) изменение налоговых ставок; В) операции на открытом рынке; Г) изменение учетной ставки банковского процента.
	75. Денежно-кредитная политика проводится: А) правительством страны; Б) всеми финансово-кредитными учреждениями страны; В) Центральным банком страны; г) Министерством финансов страны.
1	76. Фискальная политика включает регулирование: А) денежной массы; Б) платы за пользование природных ресурсов; В) налоговых ставок; Г) естественных монополий.

1	77. К мерам фискальной политики ***не*** относится: А) повышение налога на добавленную стоимость; Б) антимонопольное регулирование; В) изменение ставки налога на прибыль коммерческих банков; Г) введение системы льготного налогообложения фермеров.

Тестовые задания по модулю 2 – Основы менеджмента

Формы тестовых заданий	Тестовые задания
1	1. Менеджмент – это: А) искусство делать работу чужими руками; Б) искусство зарабатывать деньги чужими руками; В) организация деятельности предприятия с целью максимального удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли; Г) это набор определенных поведенческих правил, соответствующих конкретному учреждению или должности.
1	2. Менеджмент выполняет функции: А) институциональную, административную, технологическую; Б) межличностную, информационную, ту, которая связана с принятием решений; В) планирование, контроль, организация и мотивация; Г) планирование, контроль, организация.
1	3. Планирование, как функция менеджмента – это: А) выявление соответствия деятельности и ее результатов установлением ориентиром; Б) обеспечение внутреннего побуждения исполнителя к действиям для достижения целей организации; В) процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенности путем формирования будущих вариантов действий; Г) процесс распределения и группировки работ и ресурсов, рациональное соединение и координация производственных факторов во времени и пространстве и создания некоторой структуры (формы деятельности).
1	4. Контроль, как функция менеджмента – это: А) выявление соответствия деятельности и ее результатов установлением ориентиром; Б) обеспечение внутреннего побуждения исполнителя к действиям для достижения целей организации; В) процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенности путем формирования будущих вариантов действий; Г) процесс распределения и группировки работ и ресурсов, рациональное соединение и координация производственных факторов во времени и пространстве и создания некоторой структуры (формы деятельности).

1	5. Мотивация, как функция менеджмента – это: А) выявление соответствия деятельности и ее результатов установлением ориентиром; Б) обеспечение внутреннего побуждения исполнителя к действиям для достижения целей организации; В) процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенности путем формирования будущих вариантов действий; Г) процесс распределения и группировки работ и ресурсов, рациональное соединение и координация производственных факторов во времени и пространстве и создания некоторой структуры (формы деятельности).
1	6. Организация, как функция менеджмента – это: А) выявление соответствия деятельности и ее результатов установлением ориентиром; Б) обеспечение внутреннего побуждения исполнителя к действиям для достижения целей организации; В) процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенности путем формирования будущих вариантов действий; Г) процесс распределения и группировки работ и ресурсов, рациональное соединение и координация производственных факторов во времени и пространстве и создания некоторой структуры (формы деятельности).
1	7. Методы менеджмента – это: А) способы реализации функций менеджмента; Б) процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенностью путем формирования будущих вариантов действий; В) набор определенных поведенческих правил, соответствующих конкретному учреждению или должности; Г) формирование задач предприятия.
1	8. Менеджмент использует следующие методы: А) институциональные, административные, технологические; Б) контроль, планирование, мотивация и организация; В) экономические, административные, организационные, распорядительные, социально-психологические, правовые; Г) информационные, межличностные, те, что связаны с принятием решений.
1	9. К экономическим методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) основанные на подчинении человека правилам и нормам системы, где он работает, имеют долговременный характер и реализуются через инструкции, регламенты, нормы; Г) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений.

1	10. К административным методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) основанные на подчинении человека правилам и нормам системы, где он работает, имеют долговременный характер и реализуются через инструкции, регламенты, нормы; Г) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений.
1	11. К организационным методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) основанные на подчинении человека правилам и нормам системы, где он работает, имеют долговременный характер и реализуются через инструкции, регламенты, нормы; Г) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений.
1	12. К распорядительным методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) основанные на подчинении человека правилам и нормам системы, где он работает, имеют долговременный характер и реализуются через инструкции, регламенты, нормы; Г) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений.
1	13. К социально-психологическим методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) которые реализуются через действия на психологию, социальные потребности и интересы человека, его положение в коллективе, престиж. Г) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений.
1	14. К правовым методам менеджмента относятся методы: А) использующие отношения власти и подчинения, действующие через интерес самосохранения человека; Б) действующие через материальные отношения; В) которые используются при отклонении от правил системы или при необходимости скорректировать ее деятельность; реализуются через одновременные административные акты, издание приказов, распоряжений, решений; Г) создающие правовые рамки деятельности.
1	15. Уровни менеджмента: А) экономический, социальный, этический; Б) институциональный, административный; В) институциональный, административный, технологический; Г) институциональный, административный, технологический, оперативный.

1	16. Менеджер – это: А) управляющий, руководитель, заведующий, администратор, словом, любой наемный профессиональный управляющий; Б) владелец предприятия; В) лицо, которое занимается трудовой деятельностью с целью получения прибыли; Г) лицо, которое занимается трудовой деятельностью с целью максимально удовлетворить потребности потребителей и получения прибыли.
1	17. Роль менеджера – это: А) искусство делать работу чужими руками; Б) искусство зарабатывать деньги чужими руками; В) модели поведения менеджеров, использования ими власти над людьми, поддержания взаимоотношений с руководителями и подчиненными; Г) умение достигать поставленных целей, при этом используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей.
1	18. Менеджер выполняет следующие роли: А) институциональные, административные, технологические; Б) институциональные, административные, технологические, оперативные; В) межличностные, информационные и те, которые связаны с процессом принятия решений; Г) планирование, контроль, мотивация к труду и организация деятельности.
1	19. Межличностная роль менеджера заключается в том, что он: А) получатель и распространитель информации, представитель; Б) ликвидатор нарушений, распределитель ресурсов, ведущий переговоры; В) занимается планированием, контролем, мотивацией к труду подчиненных и организацией деятельности предприятия; Г) связующее звено с владельцами предприятий.
1	20. Информационная роль менеджера заключается в том, что он: А) получатель и распространитель информации, представитель; Б) ликвидатор нарушений, распределитель ресурсов, ведущий переговоры; В) занимается планированием, контролем, мотивацией к труду подчиненных и организацией деятельности предприятия; Г) связующее звено с владельцами предприятий.
1	21. Роль менеджера, связанная с принятием решений, заключается в том, что он: А) получатель и распространитель информации, представитель; Б) ликвидатор нарушений, распределитель ресурсов, ведущий переговоры; В) занимается планированием, контролем, мотивацией к труду подчиненных и организацией деятельности предприятия; Г) связующее звено с владельцами предприятий.
1	22. Наиболее удачное определение управленческого решения – это: А) инструмент управленческой деятельности; Б) продукт управленческой деятельности; В) выбранный (утвержденный) вариант управленческих действий; Г) форма воздействия субъекта на объект; Д) управленческий документ.
1	23. Юридическое свойство управленческого решения – это: А) целенаправленность; Б) правомерность; В) плановость; Г) коллегиальность.

1	24. Организационные свойства управленческого решения – это: А) плановость; Б) последовательность; В) целенаправленность; Г) правомерность.
1	25. Технологическое свойство управленческого решения – это: А) комплексность; Б) стадийность; В) целенаправленность; Г) актуальность.
1	26. Системное свойство управленческого решения – это: А) коллегиальность; Б) плановость; В) комплексность; Г) актуальность.
1	27. Проблемное «свойство управленческого решения» – это: А) срочность; Б) плановость; В) актуальность; Г) последовательность разработки.
1	28. Юридически стимулирующее свойство управленческого решения – это: А) стадийность; Б) правомерность; В) мотивационность; Г) коллегиальность.
3	29. Правильная (логическая) последовательность реализации элементов управленческого процесса – это: А) управленческие действия; Б) управленческая ситуация; В) управленческое решение; Г) управленческие функции.
1	30. Базовая управленческая категория – это: А) управленческая функция; Б) проблемная ситуация; В) управленческое решение; Г) управленческие действия; Д) управленческая цель.
4	31. Соответствие элементов процесса принятия решения и его аспектов. Элементы: А) анализ, преобразование сведений (данных) о ситуации; Б) логические мыслительные операции; В) выбор методов разработки решения; Г) нормативно-правовое обеспечение решения; Аспекты: 1) юридический; 2) информационный; 3) психологический; 4) организационный.

1	32. Отличительные по содержанию характеристики управленческих решений в организациях и в частной жизни – это: А) цели; Б) проблемы; В) разделение труда; Г) профессионализм; Д) актуальность.
1	33. Общие характеристики управленческих решений в организациях и частной жизни – это: А) актуальность; Б) влияние на интересы субъекта разработки; В) влияние на интересы коллектива работников; Г) разделение труда.
1	34. Две наиболее близкие по содержанию управленческие категории – это: А) цели; Б) функции; В) действия; Г) проблемы; Д) решения.
2	35. Управленческое решение – это выбор альтернативы _____.
1	36. Классификация решений – это: А) ранжирование решений; Б) оценка качества решений; В) группировка решений по каким-либо признакам; Г) структуризация решений.
1	37. Классификация решений имеет значение для: А) оценки качества решений; Б) определения состава исполнителей решений; В) анализа содержания решений; Г) выявления общих (сходных) и отличительных свойств.
1	38. Группа решений, выделенная по временному признаку, – это решения: А) стратегические и тактические; Б) индивидуальные и коллегиальные; В) долгосрочные и краткосрочные; Г) глобальные и локальные.
1	39. Группа решений, выделенная по информационному признаку, – это решения: А) документированные и недокументированные; Б) долгосрочные и краткосрочные; В) детерминированные и вероятностные; Г) однокритериальные и многокритериальные.
1	40. Группа решений, выделенная по способу их фиксации, – это решения: А) формализованные и неформализованные; Б) корректируемые и некорректируемые; В) документированные и недокументированные; Г) стратегические и тактические.
1	41. Группа решений, выделенная по характеру прогнозируемых последствий, – это решения: А) традиционные и нетипичные; Б) корректируемые и некорректируемые; В) индивидуальные и коллегиальные; Г) глобальные и локальные.

1	42. Группа решений, выделенная по сфере воздействия, – это решения: А) стратегические и тактические; Б) глобальны и локальные; В) формализованные и неформализованные; Г) однокритериальные и многокритериальные.
1	43. Группа решений, выделенная по методам их разработки, - это решения: А) глобальные и локальные; Б) формализованные и неформализованные; В) индивидуальные и коллегиальные; Г) однокритериальные и многокритериальные.
1	44. Группа решений, выделенная по форме их принятия, – это решения: А) долгосрочные и краткосрочные; Б) стратегические и тактические; В) индивидуальные и коллегиальные; Г) глобальные и локальные.
1	45. Группа решений, выделенная по значимости цели, – это: А) детерминированные и вероятностные; Б) стратегические и тактические; В) формализованные и неформализованные; Г) традиционные и нетипичные.
1	46. Группа решений, выделенная по степени повторяемости проблемы, – это: А) детерминированные и вероятностные; Б) глобальные и локальные; В) традиционные и нетипичные; Г) долгосрочные и краткосрочные.
1	47. Группа решений, выдел по содержанию проблемы, – это: А) традиционные и нетипичные; Б) экономические и научно-технические; В) формализованные и неформализованные; Г) детерминированные и вероятностные.
1	48. Вероятностные решения – это решения, принятые в условиях: А) конкуренции; Б) риска; В) спада производства; Г) неопределенности.
1	49. Детерминированные решения – это решения, принятые в условиях: А) риска; Б) стабилизации производства; В) определенности; Г) конкуренции.
4	50. Соответствие классификационных признаков и классификационных групп решений. Признаки: А) временной; Б) содержание проблем; В) характер информации; Г) значимость цели. группы: 1) детерминированные и вероятностные; 2) стратегические и тактические;

	3) экономические и социальные; 4) среднесрочные и краткосрочные.
4	51. Соответствие классификационных признаков и классификационных групп решения. Признаки: А) способ фиксации; Б) метод разработки; В) форма принятия; Г) сфера действия. Группы: 1) локальные и глобальные; 2) формализованные и неформализованные; 3) документированные и недокументированные; 4) индивидуальные и коллективные.
1	52. Признак разделения решений на одноуровневые и многоуровневые – это: А) способ фиксации; Б) характер проблемы; В) количество критериев; Г) глубина воздействия.
1	53. Качество решения формируется: А) на стадии реализации; Б) на стадии разработки; В) на всех стадиях; Г) на стадии утверждения.
1	54. Эффективность решения формируется: А) на стадии утверждения; Б) на стадии реализации; В) на стадии разработки; Г) на всех стадиях.
1	55. Факторы научной обоснованности решения – это: А) количество участников разработки решения; Б) полнота анализа проблемной ситуации; В) ответственность исполнителей; Г) глубина анализа ситуации; Д) методы анализа.
1	56. Факторы своевременности решения – это: А) мотивация разработчиков решения; Б) форма разработки решения; В) методы разработки решения; Г) контроль выполнения решения.
1	57. Факторы реальности решения – это: А) наличие финансовых ресурсов; Б) сложность ситуации; В) наличие материальных ресурсов; Г) мотивация исполнения.
1	58. Признаки непротиворечивости решения – это: А) количество участников разработки решения; Б) соответствие целям организации; В) обеспеченность ресурсами; Г) соответствие ранее принятым решениям.

1	59. Факторы непротиворечивости решения – это: А) ориентация разработки на цели организации; Б) форма разработки решения; В) учет содержания ранее принятых решений; Г) методы разработки решения.
1	60. Факторы адаптивности решения – это: А) интервальный характер параметров решения; Б) ответственность исполнителей решения; В) регулируемость исполнения решения; Г) состав разработчиков решения; Д) изменчивость целей организации.
1	61. Признаки адаптивности решения – это: А) интервальная форма параметров решения; Б) контроль исполнения решения; В) корректируемость решения; Г) динамика внешней среды.
1	62. Признаки научной обоснованности решений – это: А) наличие моделей, расчетов в обосновании решений; Б) ответственность за исполнение решений; В) сроки разработки решений; Г) методы разработки решений; Д) сроки выполнения решения.
1	63. Признаки реальности решения – это: А) превышение ресурсов организации ресурсоемкости решения; Б) интервальная форма параметров решения; В) многовариантность решения; Г) превышение плановых сроков реализации фактических.
1	64. Признаки своевременности решения – это: А) ресурсообеспеченность решения; Б) превентивность разработки; В) многовариантность решения; Г) превышение жизненного цикла проблемной ситуации периода разработки и утверждения решения.
4	65. Соответствие факторов и параметров качества решений. Факторы: А) обеспеченность реализации ресурсами; Б) квалификация разработчиков; В) форма разработки решения; Г) мотивация исполнения решения; Д) ориентация на цели организации. Параметры качества: 1) научная обоснованность; 2) реальность; 3) своевременность; 4) непротиворечивость.
1	66. Факторы оптимальности решений – это: А) многовариантность; Б) количество участников разработки; В) методы разработки; Г) контроль выполнения.

1	67. Признаки оптимальности решений – это: А) продолжительность разработки решения; Б) заданные сроки реализации; В) соответствие целям организации; Г) срок утверждения.
1	68. Виды непротиворечивости управленческого решения: А) целевая; Б) временная; В) ресурсная; Г) пространственная.
1	69. Элементы технологии принятия решений: А) психологические феномены; Б) методы разработки; В) стили управления; Г) последовательность стадий разработки; Д) дерево целей.
1	70. Управленческие действия, выполненные на стадии анализа ситуации, – это: А) формулировка проблемы; Б) сбор информации; В) сопоставление вариантов решения; Г) сравнение фактических параметров организации с плановыми; Д) дерево целей.
1	71. Управленческие действия, выполняемые на стадии идентификации проблемы, – это: А) определение сроков выполнения решения; Б) выявление несоответствия между желаемым и фактическим состоянием организации; В) определение состава исполнителей решения; Г) количественная характеристика резкого ухудшения динамики показателей организации.
1	72. Действия, выполняемые на стадии управления реализацией решения, – это: А) сбор информации; Б) распределение обязанностей между исполнителями; В) сравнение фактических результатов решения с запланированными; Г) распределение ресурсов по срокам выполнения решения.
1	73. Действия, выполняемые на стадии оценки результатов решения, – это: А) определение показателей для сравнения альтернативных вариантов; Б) сравнение фактических сроков реализации решения с запланированными; В) мотивация исполнителей решения; Г) определение фактического объема израсходованных ресурсов.
1	74. Действия, выполняемые на стадии согласования решения, – это: А) разработка механизма стимулирования выполнения решения; Б) разработка механизма стимулирования выполнения решения; В) выявление отклонений в процессе выполнения решения; Г) выявление мнения работников о возможных способах решения проблемы.
1	75. Действия, выполняемые на стадии контроля, – это: А) мониторинговые; Б) определение сроков реализации решения; В) определение промежуточных результатов выполнения решения; Г) определение конечны результатов выполнения решения.

1	76. Действия, выполняемые на стадии выбора решения, – это: А) выявление вероятности «размеров» риска вариантов решения; Б) структуризация проблемы; В) сопоставление ресурсоемкости вариантов решения; Г) сбор информации.
3	77. Последовательность стадий принятия решений: А) контроль реализации решений; Б) управление реализацией решений; В) выбор альтернативы; Г) оценка результатов решения; Д) согласование решения.
3	78. Последовательность стадий принятия решений: А) утверждение; Б) анализ ситуации; В) выбор критериев; Г) идентификация проблемы; Д) организация выполнения; Е) выбор альтернативы.
4	79. Соответствие действий и стадий принятия решений. Действия: А) сбор информации; Б) выявление мнения работников о вариантах решения; В) распределение обязанностей между исполнителями; Г) определение промежуточных результатов решения. Стадии: 1) контроль; 2) аналитическая; 3) согласование; 4) управление реализацией.
4	80. Соответствие этапов и стадий принятия решения. Этапы: А) разработка решения; Б) утверждение; В) реализация. Стадии: 1) согласование; 2) контроль выполнения; 3) идентификация проблемы; 4) оценка результатов; 5) анализ ситуации; 6) выбор критериев.

Тестовые задания по модулю 3 – Основы маркетинга

Формы тестовых заданий	Тестовые задания
1	1. Маркетинг – это: А) сбыт того, что может произвести предприятие; Б) управление предприятием исходя из задач извлечения максимальной прибыли за короткий промежуток времени; В) производство и сбыт того, что нужно потребителю; Г) полный захват рынка сбыта.
1	2. Организационная структура управления предприятием – это: А) упорядоченная совокупность служб, управляющих его деятельностью, взаимосвязями и соподчинением; Б) комплекс производственных подразделений, вспомогательных и обслуживающих производств, их количество, величина, соотношение между ними по размеру занимаемых площадей, численности работников, орудий труда; В) форма организации производственного процесса, находит выражение в размерах предприятия, количестве, составе и удельном весе цехов и служб, их планировке, а также в составе, количестве и планировке производственных участков и рабочих мест внутри цехов.
1	3. Общие принципы маркетинга: А) агрессивная политика по отношению к конкурентам; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; планирование ассортимента продукции исходя из максимального использования производственных мощностей; стремление получить прибыль любыми способами за короткий интервал времени; Б) изучение конъюнктуры рынка и запросов потребителей; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; воздействие на потребителя с целью склонить его к покупке данного продукта; оценка результативности маркетинга с позиций конечной эффективности деятельности организации, прежде всего, её рыночной стоимости; стремление не только удовлетворять, но и создавать потребности.
1	4. Эволюцию возникновения концепции маркетинга правильно характеризует вариант: А) продуктовая концепция, производственная концепция, концепция продаж, концепция маркетинга; Б) производственная концепция, концепция продаж, концепция маркетинга, продуктовая концепция; В) концепция маркетинга, производственная концепция, продуктовая концепция, концепция продаж; Г) концепция продаж, концепция маркетинга, производственная концепция, продуктовая концепция.
1	5. Отличительные черты концепции ориентации на сбыт (1) и концепции ориентации на маркетинг (2): А) концепция 1 – продать можно всё, что производит предприятие, если приложить надлежащие усилия; концепция 2 – следует производить только то, что хочет покупатель; Б) реализация концепции 1 начинается с изучения рынка, реализация концепции 2 – с изучения выпускаемых предприятием продуктов; В) в соответствии с концепцией 1 прибыль предприятия формируется за счёт удовлетворения запросов потребителей; в соответствии с концепцией 2 – за счёт достижения определённого объёма продаж.

1	6. Комплекс маркетинга включает: А) производство, продукт, цену продукта, законодательную систему, НИОКР, продвижение продукта, доведение продукта до потребителя; Б) продукт, цену продукта, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта; В) продукт, законодательную систему, НИОКР.
1	7. Роль маркетинговых служб в решении задач развития предприятия: А) помогают выявить резервы производства; Б) помогают повысить цену на выпускаемую продукцию; В) ориентируют производственно-хозяйственную деятельность в целом на запросы потребителей и требования рынка.
1	8. Наиболее полная классификация продуктов: А) потребительские товары и товары производственно-технического назначения; Б) потребительские товары и услуги; В) потребительские товары, товары производственно-технического назначения и услуги.
1	9. Предприятия должны уделять большое внимание изучению динамики показателя «рыночная доля» важнейших продуктов потому что: А) только от него зависит величина прибыли; Б) он характеризует конкурентоспособность продукта и маркетинга; В) продукты с высоким значением данного показателя генерируют много наличных денег.
1	10. Жизненный цикл продукта – это период времени: А) от начала разработки продукта до снятия его с производства; Б) от появления продукта на рынке до замены его новым; В) с начала продаж до их завершения.
1	11. Продуктовый портфель предприятия формируется исходя из: А) максимальной прибыли; Б) минимальных издержек производства; В) баланса между ростом объёма продаж, потоками наличных денег и риском; Г) минимального риска предпринимательской деятельности.
3	12. Последовательность этапов процесса «от идеи до коммерциализации продукта»: А) разработка технического задания на новый продукт; Б) анализ на соответствие целям и возможностям организации; В) определение миссии организации, выбор стратегий её достижения; Г) анализ рынка и производственных издержек; Д) разработка продукта; Е) производство; Ж) испытание на рынке; И) полная производственная и коммерческая деятельность; К) научно-исследовательские и конструкторские работы; Л) продажа.
1	13. Цель анализа новой идеи продукта состоит в том, чтобы: А) определить, соответствует ли продукт представлениям потребителей о типе продукта; Б) определить, имеется ли достаточный интерес к дальнейшей проработке продуктовой идеи; В) сделать оценку будущей прибыльности идеи продукта.

1	14. Шириной продуктового ассортимента называется: А) общее количество групп продуктов в ассортименте; Б) общее количество различных продуктовых линий и отдельных продуктов в продуктовом портфеле; В) степень разнообразия продуктов разных ассортиментных групп; Г) число различных видов марок, размеров, моделей в пределах ассортимента; Д) нет правильного ответа.
1	15. Глубина продуктовой линии – это: А) общее количество ассортиментных позиций; Б) количество ассортиментных позиций в рамках продуктовой линии; В) степень детализации товаров по запросам потребителей; Г) совокупность всех ассортиментных групп товаров в продуктовой линии; Д) степень разнообразия товаров в ассортименте.
1	16. К новым продуктам относится: А) продукт, основанный на новой идее; Б) продукт с новым дизайном; В) продукт в новой упаковке; Г) продукт, выпущенный в большем количестве; Д) всё вышеперечисленное.
1	17. Наиболее доходна стратегия ценовой конкуренции: А) использование самой высокой цены; Б) равнение на цену рыночного лидера; В) «снятия сливок»; Г) всё зависит от рыночной ситуации.
1	18. К снижению интенсивности ценовой конкуренции ведёт стратегия: А) «снятия сливок»; Б) продажа по среднерыночной цене; В) безубыточной цене; Г) ценовой дискриминации.
1	19. Под «каналом распределения» понимается: А) сбытовые службы предприятия; Б) совокупность различных видов транспорта для доставки продукции потребителям; В) послепродажное обслуживание; Г) совокупность взаимосвязанных организаций, делающих продукт доступным для потребителей.
1	20. В наибольшей степени способствует установлению низких цен для потребителей тип канала распределения: А) производитель – потребитель; Б) производитель – розничная торговля – потребитель; В) производитель – оптовое звено – розничная торговля – потребитель; Г) нет верного ответа.

1	21. Вертикальная маркетинговая система как канал распределения характеризуется тем, что: А) базируется на авторитете одного из участников канала; Б) предполагает механизм мотивирования одним участником канала распределения всех остальных участников канала; В) один из участников канала распределения обладает правом собственности на все звенья данного канала; Г) базируется на принуждении участников канала распределения принять участие в его функционировании; Д) предполагает привлечение к работе канала распределения производителей сырья и комплектующих изделий, используемых при выпуске продукта, сбываемого в данном канале.
1	22. Тип осуществления продаж торговым агентом, ориентированным на потребителя и в меньшей степени на продажу, предполагает: А) стремление понять потребителя и удовлетворить его потребности; Б) продемонстрировать товар потребителю; товар продаёт себя сам; В) использование всех методов воздействия на потребителя; Г) ориентация, прежде всего, на технику осуществления продажи.
1	23. В понятие «продвижение продукта» входят: А) реклама; Б) послепродажное обслуживание; В) премиальные продажи; Г) пожертвования на благотворительные цели; Д) персональная продажа; Е) премирование торговых агентов; Ж) транспортировка продукта; И) выставки.
1	24. К инструментам комплекса продвижения ***не*** относится: А) стимулирование продаж; Б) реклама; В) связи с общественностью; Г) персональная продажа; Д) транспортировка товара; Е) место продажи.
1	25. С помощью методов продвижения организация может воздействовать на: А) имидж организации; Б) уровень затрат на НИОКР; В) взаимоотношения с поставщиками; Г) культуру производства; Д) деловые контакты с местными органами власти.
1	26. Рекламная кампания какого-либо продукта начинается: А) с расчёта бюджета рекламной кампании; Б) с определения источника финансирования рекламной кампании; В) с определения целевой аудитории и целей рекламной кампании; Г) с разработки текста рекламы.
1	27. Рекламный слоган – это: А) логотип рекламодателя; Б) реквизиты рекламодателя; В) главный аргумент рекламного обращения; Г) текст рекламного обращения.

1	28. Наиболее подходящим инструментом стимулирования продаж для того, чтобы обеспечить повторные покупки регулярно приобретаемого потребительского товара, является: А) купоны на упаковке; Б) бесплатные образцы; В) демонстрация образцов товаров на выставках; Г) реклама.
1	29. Стимулирование сбыта направлено на: А) потребителей; Б) торговых посредников; В) снабженческие службы организации; Г) сбытовые службы организации; Д) органы власти.
1	30. Наиболее эффективным методом продвижения при сбыте сложных технических изделий производственного назначения является: А) реклама в широкой прессе; Б) персональная продажа; В) связи с общественностью; Г) купоны.
3	31. Последовательность этапов процесса персональной продажи после сбора первоначальной информации: А) презентация; Б) установление первоначального контакта; В) сопровождение сделки; Г) устранение разногласий; Д) заключение сделки.
1	32. К методам связи с общественностью в маркетинге относят: А) рекламу; Б) спонсорскую деятельность; В) лоббистскую деятельность; Г) прямой маркетинг; Д) дачу интервью; Е) дачу взятки.
1	33. Преимуществом связей с общественностью как инструмента продвижения является: А) невысокие затраты/бесплатность; Б) относительно высокий потенциал доверия по сравнению с рекламой; В) более широкий охват целевой аудитории по сравнению со СМИ; Г) всё названное; Д) ничего из названного.
1	34. Слабой стороной связей с общественностью как инструмента продвижения является: А) слабая контролируемость со стороны маркетологов (в сравнении с рекламой); Б) простота копирования используемых методов конкурентами; В) высокие затраты; Г) всё названное; Д) ничего из названного.

1	35. Стратегия продвижения продукта «проталкивание» направлена на: А) представителей распределительной системы; Б) конечных потребителей; В) развитие спроса у конечных потребителей; Г) оптовых торговцев; Д) розничных торговцев.
1	36. Стратегия продвижения продукта «вытягивание» направлена на: А) представителей распределительной системы; Б) конечных потребителей; В) развитие спроса у конечных потребителей; Г) оптовых торговцев; Д) розничных торговцев.
1	37. Наиболее правильно маркетинговое исследование характеризует утверждение: А) исследование является непрерывным процессом, обеспечивающим постоянный поток информации; Б) исследование проводится на основе специально разработанного проекта; В) исследование проводится, когда поступает информация, собираемая на регулярной основе; Г) исследование обеспечивает регулярный и структурированный поток информации, получаемой как из внутренних, так и из внешних источников; Д) исследование – основа для принятия повторяющихся маркетинговых решений.
1	38. Реальная ценность маркетингового исследования для организации может быть наилучшим образом понята исходя из: А) немедленного увеличения прибыли; Б) затраченного на его проведение времени; В) стоимости исследования; Г) улучшения возможностей принятия стратегических и тактических маркетинговых решений; Д) увеличения объёма продаж или рыночной доли.
1	39. К методам маркетинговых исследований не относится: А) опрос на улице; Б) телефонный опрос; В) почтовый опрос; Г) поиск нужной информации в библиотеке; Д) все эти методы используются при проведении маркетинговых исследований.
1	40. Неверное утверждение: А) первичные данные получают непосредственно от респондентов; Б) для того чтобы собрать первичные данные, необходимо разработать или метод наблюдения за изучаемым явлением, или метод опроса респондентов; В) примером вторичных данных является отчёт об объёме продаж предприятия; Г) природа и тип изучаемой проблемы определяют выбор подхода к сбору данных; Д) вторичные данные являются практически недоступными для большинства организаций.
1	41. Данные, собранные внутри и вне организации, для целей, отличных от целей проводимого маркетингового исследования, называются: А) данными организации; Б) первичными данными; В) вторичными данными; Г) дескриптивными данными.

1	42. Вторичные данные ***не*** могут быть получены из: А) торговых журналов; Б) правительственных источников; В) международных источников; Г) опросов потребителей; Д) компьютеризированных литературных источников.
1	43. Первичные данные наилучшим образом характеризуются как: А) первая совокупность данных, собранных в целях проведения специального исследования; Б) данные, которые необходимы для принятия правильного решения; В) данные, которые наблюдались, регистрировались или собирались непосредственно от респондентов; Г) данные, которые собирались внутри и вне организации с иными целями, нежели цели проведения текущих исследований.
1	44. Синонимом синдикативного исследования можно считать: А) качественное исследование; Б) бюджетное исследование; В) исследование, проводимое с привлечением средств нескольких заказчиков исследований; Г) исследование спроса на основе потребительской панели.
1	45. Первый шаг в проведении маркетинговых исследований: А) определение бюджета маркетинговых исследований; Б) определение целей маркетинговых исследований; В) определение потребности в проведении маркетингового исследования; Г) проведение анализа ситуации на рынке.
1	46. Наблюдение – это: А) отслеживание в СМИ необходимой маркетинговой информации; Б) опросы покупателей; В) наблюдение за деятельностью конкурентов; Г) получение данных в результате визуального осмотра изучаемого объекта или процесса.
1	47. Контент-анализ – это: А) работа с библиотечным каталогом; Б) составление библиографического каталога; В) отслеживание в СМИ необходимой маркетинговой информации; Г) количественные методы анализа документов.
1	48. Наименее гибким методом опроса является: А) опрос по телефону; Б) опрос по почте; В) личное интервьюирование; Г) фокус-группа; Д) наблюдение.
1	49. Важнейшим недостатком почтового опроса является: А) нерепрезентативность выборки; Б) возможный маленький процент ответов; В) относительно небольшая стоимость опроса; Г) большие затраты времени; Д) возможность склонить респондентов к определённым ответам.

1	50. Видеокамеры и счётные устройства наиболее часто используются при: А) проведении опросов; Б) сборе вторичных данных; В) проведении полевых исследований; Г) наблюдениях; Д) проведении экспериментов.

Тестовые задания выполняются в системе дистанционного образования Moodle.

Критерии оценивания

Процент выполнения	Количество баллов
Более 87	10
73-86	8
60-72	6
менее 60	-

Итого по итогам тестирования в течение семестра студент может набрать до 30 баллов.

5.1.2. Вопросы для текущего опроса. Критерии оценки

Модуль 1 «Основы экономики»

Модульная единица 1.1 Основы экономики

Что является предметом изучения экономики?
Что такое экономические ресурсы? Назовите основные виды ресурсов.
Какие факторы производства используются в хозяйственной деятельности людей?
Как Вы понимаете проблему выбора в экономике?
Какова структура общественного производства?
Как разные экономические системы решают основные проблемы экономики?
Назовите четыре стадии кругооборота экономических благ.
Назовите формы движения экономических благ.

Модульная единица 1.2 Рыночная экономика

Что представляет собой рынок как экономическая категория?
Сформулируйте основные определения рынка.
Каковы объективные условия возникновения и функционирования рынка?
В чём заключается роль рынка в экономике и каковы его основные функции?
Перечислите преимущества и негативные стороны рынка.
Назовите основные предпосылки возникновения и функционирования рынка.
По каким признакам классифицируются рынки?
Назовите и дайте оценку основных видов рынков.
Что такое рыночная инфраструктура и каковы её основные элементы?
Перечислите и раскройте содержание основных принципов перехода к рыночной экономике.
Каковы пути, этапы и основные условия становления и развития рыночных отношений?

Модульная единица 1.3 Спрос, предложение, цена, эластичность

Что такое спрос? Какие факторы оказывают влияние на спрос и его величину?
Что такое предложение? Какие факторы оказывают влияние на предложение товара и его величину?
Сформулируйте и объясните законы спроса и предложения.

Что такое равновесная цена и равновесный объём продаж?
Что такое эластичность и какие виды эластичности Вы знаете?
В чём состоит различие между эластичным и неэластичным спросом?
Приведите примеры товаров с эластичным и неэластичным спросом.
Как связаны общая выручка от продаж и характер эластичности?

Модульная единица 1.4 Теория потребительского поведения

Раскройте сущность эффекта дохода и эффекта замещения.
Дайте характеристику общей и предельной полезности.
Сформулируйте и объясните закон убывающей предельной полезности.
Какие факторы определяют бюджетное ограничение потребителя?
Какую информацию несёт в себе бюджетная линия?
Охарактеризуйте свойства кривых безразличия.
В каких случаях поведение потребителя следует считать рациональным?

Модульная единица 1.5 Модели рынка

Назовите основные типы рынков.
Раскройте содержание понятия «конкуренция».
Перечислите основные модели рынков и их характерные особенности.
Назовите основные признаки чистой (совершенной) конкуренции.
Что общего и каковы основные различия между монополистической конкуренцией и олигополией, между олигополией и чистой конкуренцией.
Каким образом государство может ограничивать монополию и поощрять конкуренцию?

Модульная единица 1.6 Система национальных счетов и её показатели

Что из себя представляет Система национальных счетов?
Дайте определение понятия «добавленная стоимость».
Назовите основные макроэкономические показатели.
В чём отличия ВВП от ВНП?
Какие методы существуют для расчёта ВВП?
Что такое чистый национальный продукт?
Как рассчитывается национальный доход? Каковы его основные элементы?
Чем отличаются произведённый и использованный НД?

Модульная единица 1.7 Совокупный спрос и совокупное предложение

Что такое совокупный спрос и какие факторы оказывают на него влияние?
Дайте определение совокупного предложения и охарактеризуйте факторы, влияющие на предложение.
Как Вы понимаете состояние экономического равновесия?
В чём состоит различие между классической и кейнсианской моделями макроэкономики?
Каковы основные функции государства в рыночной экономике и основные инструменты государственного регулирования?

Модульная единица 1.8 Макроэкономическая нестабильность: безработица и инфляция

Что такое безработица?
Перечислите виды безработицы.
Раскройте сущность понятия «полная занятость».
Как определяется уровень безработицы?
Каковы экономические издержки безработицы?

В чём сущность инфляции?
Каковы причины инфляции?
Назовите виды инфляции.
Поясните различия между инфляцией издержек и инфляцией спроса.
Как измеряется инфляция?

Модульная единица 1.9 Экономический рост и развитие
В чём состоит сущность экономического цикла и его основных фаз?
Каковы негативные последствия кризисов в экономике?
Что такое экономическое развитие и как его можно измерить?
Что такое экономический рост? Чем он отличается от экономического развития?
Как измеряется экономический рост?
Каковы основные факторы экономического роста?
В чём сущность экстенсивного и интенсивного типов экономического роста?
В чём преимущества интенсивного типа экономического роста?

Модуль 2 «Основы менеджмента»

Модульная единица 2.1 Сущность и особенности менеджмента
Дайте определение менеджмента.
В чём состоит суть школы научного менеджмента?
В чём заключается вклад классической школы управления?
В чём суть школы человеческих отношений?
Каково содержание поведенческой школы?
Назовите современные подходы к менеджменту.
Каков вклад российских учёных в развитие менеджмента?
Каковы особенности современного менеджмента?
В чём состоит суть перехода к новой парадигме управления?

Модульная единица 2.2 Функции и принципы менеджмента
Какую роль играет определения цели организации?
В чём состоит отличие цели от задачи?
Дайте определение понятия функции управления.
Дайте характеристику функции планирования.
Каково содержание функции организации?
В чём суть функции мотивации?
Раскройте содержание функции контроля.
Каково назначение функции координации?
Назовите принципы менеджмента.

Модульная единица 2.3 Методы управления
В чём состоит сущность понятия «методы управления»?
Как классифицируются методы управления?
Почему необходимо использовать организационно-административные методы управления?
Какие методы административного воздействия используются в управлении?
Каковы наиболее распространённые в менеджменте методы организационного воздействия?
Какие методы экономического воздействия широко используются на уровне предприятия?
В чём сущность коммерческого расчёта?
Каковы основные особенности внутрифирменного планирования?

Назовите методы экономического стимулирования работников?

Для решения каких задач используются социально-психологические методы управления?

Какие социально-психологические методы получили широкое применение в менеджменте?

В чём состоят методы морального стимулирования?

Модульная единица 2.4 Управленческие решения

В чём сущность понятия «управленческое решение»?

Назовите основные признаки классификации управленческих решений?

В чём состоит различие интуитивных, адаптационных и экономических (рациональных) решений?

Назовите основные требования, предъявляемые к управленческим решениям.

Назовите этапы процесса принятия управленческих решений.

Как осуществляется выбор наилучшего варианта решения?

Для чего необходимо согласование решения?

Что включает этап организации выполнения решения?

Какова цель контроля и оценки результатов реализации решения?

В чём состоят достоинства коллективных форм принятия управленческого решения?

Эффективность управленческих решений: понятия и особенности оценки

Методы оценки эффективности управленческих решений

Модульная единица 2.5 Организационная структура управления

Что понимается под организационной структурой управления?

Назовите характерные признаки линейной структуры управления.

Каковы особенности функциональной структуры управления?

В чём состоят преимущества линейно-функциональной структуры управления?

Назовите преимущества и недостатки различных структур управления.

Модуль 3 «Основы маркетинга»

Модульная единица 3.1 Понятие и сущность маркетинга

Дайте определение маркетинга.

Назовите основные комплексные функции маркетинга.

Какие подфункции выполняются в рамках аналитической функции маркетинга?

Что представляет собой производственная функция?

Перечислите подфункции сбытовой функции.

Каково основное содержание функции управления?

Каковы основные принципы маркетинга как концепции управления производством?

Какие подразделения входят в состав маркетинговой службы?

Каковы основные обязанности руководителя службы маркетинга?

Модульная единица 3.2 Маркетинговые исследования

Дайте определение маркетинговых исследований.

Каковы цели маркетинговых исследований?

Дайте определение маркетинговой информационной системы и опишите её структуру.

Назовите этапы проведения маркетинговых исследований.

Какова цель выбора целевого рынка?

Назовите критерии сегментации рынка.

В чём состоит сущность позиционирования продукта?

Модульная единица 3.3 Комплекс маркетинга

Из каких элементов состоит комплекс маркетинга?
Какие показатели характеризуют товарный ассортимент?
Какую продукцию можно назвать новой?
Назовите стадии жизненного цикла товара.
В чём заключается сущность системы распределения?
Охарактеризуйте каналы сбыта в системе распределения.
Назовите методы ценообразования.
Назовите факторы, оказывающие влияние на уровень цен.
Каковы составляющие коммуникационной политики предприятия?
Каковы цели рекламы?

Модульная единица 3.4 Стратегический маркетинг
Дайте определение стратегии.
Назовите маркетинговые стратегии.
Какова цель SWOT-анализа?
Назовите составные части SWOT-анализа.
Какова роль планирования маркетинга в работе предприятия?
В чём состоит сущность стратегического планирования?
Назовите разделы стратегического плана маркетинга.
Что включает годовой план маркетинга?

Критерии оценивания

Студенты отвечают на поставленные вопросы как по собственному желанию, так и по предложению преподавателя.

Ответ оценивается в 1 балл, если соответствует поставленному вопросу, изложен в форме краткого суждения, сформулирован чётким языком, исключающим неоднозначность трактовки.

Ответы, не соответствующие указанным требованиям, не засчитываются.

Итого по итогам ответов на вопросы в течение семестра студент может набрать до 40 баллов.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточного контроля

ФОС промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершении изучения дисциплины в установленной учебным планом форме: *зачёта*.

Вопросы к зачёту

1. Безграничные потребности.
2. Редкость ресурсов.
3. Полная занятость и полный объём производства.
4. Производственные возможности.
5. Закон возрастающих вменённых издержек.
6. Незанятость ресурсов.
7. Экономический рост.
8. Понятие и функции рынка.
9. Принципы рыночной экономики.
10. Структура рынка.
11. Спрос.
12. Предложение.

13. Рыночная цена.
14. Эластичность спроса.
15. Эластичность предложения.
16. Эффекты дохода и замещения.
17. Закон убывающей предельной полезности.
18. Кривые безразличия.
19. Бюджетные линии.
20. Чистая (совершенная) конкуренция.
21. Монополия.
22. Монополистическая конкуренция.
23. Олигополия.
24. Антимонопольная политика.
25. Понятие и принципы Системы национальных счетов.
26. Валовой продукт.
27. Добавленная стоимость.
28. Расчёт ВВП по отраслям.
29. Расчёт ВВП по расходам.
30. Расчёт ВВП по доходам.
31. Чистый национальный продукт.
32. Национальный доход.
33. Соотношение между основными показателями
34. Системы национальных счетов.
35. Совокупный спрос.
36. Совокупное предложение.
37. Равновесие: реальный объём производства и уровень цен.
38. Изменения в равновесии.
39. Обзор экономических циклов.
40. Безработица.
41. Инфляция: определение и измерение.
42. Влияние инфляции на перераспределение.
43. Влияние инфляции на объём национального продукта.
44. Сущность и показатели экономического развития.
45. Измерение экономического роста.
46. Факторы экономического роста.
47. Экстенсивный и интенсивный рост.
48. Сущность и основные модели менеджмента.
49. Формы организации менеджмента.
50. Особенности современного менеджмента.
51. Функции менеджмента.
52. Принципы менеджмента.
53. Сущность и система методов управления.
54. Организационно-административные методы управления.
55. Экономические методы управления.
56. Социально-психологические методы управления.
57. Содержание и виды управленческих решений.
58. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.
59. Процесс принятия решений.
60. Понятие организационной структуры.
61. Линейная структура управления.
62. Функциональная структура.
63. Линейно-функциональная структура.
64. Сущность, задачи и принципы маркетинга.

65. Функции маркетинга.
66. Концепции маркетинга.
67. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.
68. Сущность и этапы проведения маркетинговых исследований.
69. Маркетинговая информация: методы сбора и обработки.
70. Методы проведения маркетинговых исследований.
71. Выбор целевого рынка.
72. Понятие комплекса маркетинга.
73. Товарная политика предприятия.
74. Жизненный цикл товара.
75. Каналы распределения.
76. Ценовая политика.
77. Коммуникационная политика.
78. Разработка стратегии маркетинга.
79. Планирование маркетинга.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Астахова, Н.И. Менеджмент: учебник / Н.И. Астахова, Г.И. Москвитин; под общ. ред. Н.И. Астаховой, Г.И. Москвитина. – М.: Юрайт, 2023. – 422 с. – https://urait.ru/bcode/523607

2. Богатырева, М.В. Основы экономики: учебник и практикум / М.В. Богатырева, А.Е. Колмаков, М.А. Колмаков. – М.: Юрайт, 2023. – 424 с. – https://urait.ru/bcode/517918

3. Борисов, Е.Ф. Основы экономики: учебник и практикум / Е.Ф. Борисов. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 383 с. – https://urait.ru/bcode/511554

4. Карпова, С.В. Основы маркетинга: учебник / С.В. Карпова; под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2023. – 383 с. – https://urait.ru/bcode/531482

5. Климович, Л.К. Основы менеджмента: учебник / Л.К. Климович. – 4-е изд., испр. и доп. — Минск: РИПО, 2021. – 283 с. – https://e.lanbook.com/book/194961

6. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учебник и практикум / Н.П. Реброва. – М.: Юрайт, 2023. – 277 с. – https://urait.ru/bcode/511695

7. Шимко, П.Д. Основы экономики: учебник и практикум / П.Д. Шимко. – М.: Юрайт, 2023. – 380 с. – https://urait.ru/bcode/512060

6.2. Дополнительная литература

1. Васильев, В.П. Экономика: учебник и практикум / В.П. Васильев, Ю.А. Холоденко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 299 с. – https://urait.ru/bcode/531361

2. Днепров, М.Ю. Основы экономической теории: учебник / М.Ю. Днепров, О.В. Михайлюк, В.А. Николаев. – М.: Юрайт, 2023. – 216 с. – https://urait.ru/bcode/517157

3. Иванова, И.А. Менеджмент: учебник и практикум / И.А. Иванова, А.М. Сергеев. – М.: Юрайт, 2023. – 289 с. – https://urait.ru/bcode/532132

4. Ким, И.А. Основы экономической теории: учебник и практикум / И. А. Ким. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 348 с. – https://urait.ru/bcode/533432

5. Коротков, Э.М. Менеджмент: учебник / Э.М. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 566 с. – https://urait.ru/bcode/511964

6. Коршунов, В.В. Основы экономической теории: учебник / В.В. Коршунов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 251 с. – https://urait.ru/bcode/531292

7. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум / Е. Е. Кузьмина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 431 с. – https://urait.ru/bcode/531422

8. Куликов, Л.М. Основы экономической теории: учебник / Л.М. Куликов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 371 с. – https://urait.ru/bcode/510521

9. Макроэкономика: учебник / С.Ф. Серегина [и др.]; под ред. С.Ф. Серегиной. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 477 с. – https://urait.ru/bcode/512155

10. Маркетинг: учебник и практикум / Т.А. Лукичёва [и др.]; под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 386 с. – https://urait.ru/bcode/531183

11. Маховикова, Г.А. Микроэкономика: учебник и практикум / Г.А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2023. – 281 с. – https://urait.ru/bcode/511814

12. Менеджмент: учебник / В.И. Кузнецов [и др.]; под ред. Л.С. Леонтьевой. – М.: Юрайт, 2023. – 287 с. – https://urait.ru/bcode/513692

13. Менеджмент: учебник / А.Л. Гапоненко [и др.]; отв. ред. А.Л. Гапоненко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 379 с. – https://urait.ru/bcode/533486

14. Менеджмент: учебник / Ю.В. Кузнецов [и др.]; под ред. Ю.В. Кузнецова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2024. – 595 с. – https://urait.ru/bcode/534323

15. Овсянников, А.А. Современный маркетинг: учебник и практикум / А.А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2023. – 500 с. – https://urait.ru/bcode/533632

16. Основы экономической теории: учебник / Е.Н. Лобачева [и др.]; под ред. Е.Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 539 с. – https://urait.ru/bcode/512164

17. Основы экономической теории: учебник и практикум / С.А. Толкачев [и др.]; под ред. С.А. Толкачева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 480 с. – https://urait.ru/bcode/530537

18. Основы экономики. Микроэкономика: учебник / Г.А. Родина [и др.]; под ред. Г.А. Родиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 312 с. – https://urait.ru/bcode/530631

19. Основы экономической теории: учебник и практикум / В.М. Пищулов [и др.]; под общ.. ред. В.М. Пищулова. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2023. – 191 с. – https://urait.ru/bcode/531454

20. Основы экономической теории: учебник и практикум / Г.Е. Алпатов [и др.]; под ред. Г.Е. Алпатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 323 с. – https://urait.ru/bcode/532805

21. Поликарпова, Т.И. Экономическая теория: учебник и практикум / Т.И. Поликарпова. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 308 с. – https://urait.ru/bcode/532048

22. Практический курс менеджмента: учебник / Ю.В. Кузнецов [и др.]; под ред. Ю.В. Кузнецова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 254 с. – https://urait.ru/bcode/533498

23. Синяева, И.М. Маркетинг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 495 с. – https://urait.ru/bcode/518996

6.3. Информационные ресурсы сети интернет

Официальный сайт Университета: http://www.kgau.ru

ЭОР – база электронных учебно-методических комплексов (ЭУМК) дисциплин: http://www.kgau.ru/new/student/do/

Учебно-методические указания: http://www.kgau.ru/new/student/do/umu.html

Учебное видео: https://www.youtube.com/channel/UCWaTzlY6g7XCkOXyAi-c7ww/videos

Система электронно-дистанционного обучения LMS Moodle: http://e.kgau.ru/

Электронная библиотека университета: http://www.kgau.ru/new/biblioteka/11/

Государственная универсальная научная библиотека Красноярского края: www.rad.ru/

Единая межведомственная информационно-статистическая система, ЕМИСС: www.fedstat.ru

Федеральная служба государственной статистики http://www.gsk.ru/

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю http://www.statis.krs.ru/

Российская сельская информационная сеть http://www.fadr.msu.ru/

6.4. Программное обеспечение

Компьютерные классы ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ оснащены следующими свободно распространяемыми и лицензионными программными продуктами:

– Офисный пакет LibreOffice 6.2.1;

– Windows Vista Business Russian Upgrade OpenLicense;

– Office 2007 Russian OpenLicensePack;

– MS OpenLicense Office Access 2007;

– Statistica for Windows v.6 Russian Сетевые версии;

– Project Expert 7 Tutorial (сетевая программа);

– Программа 1С 8.2 Предприятие: учебный комплект;

– Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ»;

– Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС КУРС: Максимум. Версия 1»;

– «1С:Предприятие 8. Сельское хозяйство. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях»;

– Справочная правовая система «Консультант +»;

– Справочная правовая система «Гарант»;

– Moodle 3.5.6a (система дистанционного образования);

– Библиотечная система «Ирбис 64» (web версия).

6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия.

В ходе лекций рекомендуется:

– конспектировать учебный материал;

– обращать внимание на определения и формулировки, раскрывающие содержание рассматриваемых вопросов, основные положения;

– с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных вопросов и разбора конкретных ситуаций, задавать лектору уточняющие вопросы.

Практические занятия направлены на углубление теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы. Практическое занятие должно проводиться с предварительной подготовкой вопросов для самостоятельного изучения и ознакомлением обучающихся с основной и дополнительной литературой.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль – в форме зачёта.

Подготовка к зачёту предполагает:

– изучение основной и дополнительной литературы;

– изучение конспектов лекций;

– самостоятельную проработку вопросов к зачету.

Лист рассылки

Должность	Фамилия, инициалы	Дата получения	№ экз.	Роспись в получении

Лист регистрации изменений

Номер изменения	Номера листов			Основание для внесения изменений	Подпись	Расшифровка подписи	Дата	Дата введения изменения
	заменённых	новых	аннулированных					

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на комплект фонда оценочных средств дисциплины

«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»
для специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования»

Фонд оценочных средств по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО и учебного плана для специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования».

В комплект фонда оценочных средств водят нормативные документы, перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины, формы контроля формирования компетенций, показатели и критерии оценки, фонд оценочных средств для текущего контроля – банк тестовых заданий, фонд оценочных средств для промежуточного контроля – вопросы к зачёту, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Фонд оценочных средств включает все необходимые разделы, предусмотренные государственным стандартом. Структура и содержание материала оформлены в соответствии с модульным принципом. Перечень рекомендуемой литературы соответствует книгообеспеченности дисциплины библиотечными фондами.

В связи с вышеизложенным считаю возможным использовать комплект ФОС в качестве оценочного средства для контроля знаний студентов по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» для специальности 35.02.16 «Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования».

Рецензент:

Главный бухгалтер
Красноярского филиала
ООО РСО «ЕВРОИНС» Вагулкина И.А.

Красноярский филиал
Общества с ограниченной ответственностью
«РУССКОЕ СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «ЕВРОИНС»

подпись