

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

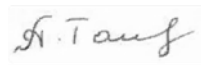
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

Факультет среднего профессионального образования

Кафедра экономических дисциплин

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

доцент



Тагузлов А.Х.

«30» апреля 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**для текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине ОП.09 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

по специальности

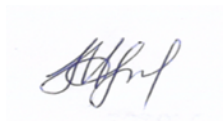
**35.02.20 Технология производства, первичной переработки и хранения сельскохозяйственной
продукции**

Нальчик-2026

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине рассмотрен на заседании кафедры
«Экономические дисциплины»

Протокол от « 28 » апреля 2026 г. № 9

и.ф. заведующего кафедрой



Шогенова М.Х.

Одобрено педагогическим советом факультета среднего профессионального образования

Протокол от « 29 » апреля 2026 г. № 9

Председатель ПС факультета СПО



Тагузлов А.Х.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине ОП 09 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

№п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного фонда
1.	Основы экономики	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос
2.	Основные положения экономической теории	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос, практические занятия, реферат
3.	Экономика организации	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос; Тестирование
4.	Организация как хозяйствующий субъект рыночной экономики	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос, реферат
5.	Основные средства	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Практическое задание
6.	Оборотные средства	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос; Практическое задание
7.	Основные показатели деятельности предприятия	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
8.	Издержки производства и себестоимость продукции	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос; Тестирование
9.	Ценообразование	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос
10.	Прибыль и рентабельность	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
11.	Основы менеджмента	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Письменный опрос; Практическое задание
12.	Сущность современного менеджмента	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
13.	Управление конфликтами. Этика делового общения	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
14.	Основы маркетинга	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
15.	Сущность маркетинга	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование
16.	Ценовая и сбытовая политика	ОК-01, ОК-02, ОК-03, ОК-04	Устный опрос; Тестирование

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства
1.	Устный опрос	Средство, позволяющее оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки; позволяет выявить детали, которые оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к экзамену.	Перечень вопросов, выносимых на опрос
2.	Ситуационные задачи	Оценочное средство ситуационная задача—это задача, позволяющая обучающему осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление – понимание – анализ– оценка.	Комплект ситуационных задач
3.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор рассказывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
4.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
5.	Зачёт	Средство проверки знаний и умений, полученных после изучения дисциплины	Перечень вопросов к зачёту

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К УСТНОМУ ОПРОСУ

1. Понятие экономики.
2. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство.
3. Факторы производства.
4. Прибыль и рентабельность.
5. Рыночная экономика.
6. Понятие собственности. Формы собственности.
7. Совершенная конкуренция.
8. Монополия.
9. Понятие обмена. Формы обмена.
10. Семейный бюджет.
11. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос.
12. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение.
13. Рыночное равновесие.
14. Сущность и классификация товаров.
15. Основные средства.
16. Оборотные средства.
17. Издержки предприятия и себестоимость продукции.
18. Деньги: сущность и функции.
19. Какие значения имеет термин «менеджмент»? Что является наиболее важной задачей менеджмента?
20. Кто такие менеджеры высшего, среднего и низшего звена?
21. Каков вклад Генри Форда в менеджмент?
22. Дать характеристику внешней среды организации.
23. Дать характеристику внутренней среды организации.
24. Какова сущность цикла менеджмента?
25. Перечислить основные функции менеджмента. В чем заключается взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла?
26. Понятие структуры управления.
27. Классификация методов мотивации персонала в организациях. Назовите причины низкой мотивации труда персонала?
28. Сущность и элементы руководства. Охарактеризуйте стили руководства.
29. Сущность, цели, задачи и принципы маркетинга.
30. Функции маркетинга.
31. Методы маркетинга.
32. Виды маркетинга.
33. Взаимосвязь спроса, вида маркетинга и его стратегии.
34. Микросреда предприятия и факторы ее определяющие.
35. Макросреда предприятия и факторы ее определяющие.
36. Понятие рынка, его виды, принципы деятельности.
37. Содержание и основное назначение рыночных показателей: ёмкость, конъюнктуры рынка, доля рынка.
38. Понятие и принципы сегментирования рынка.
39. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара.
40. Фирменный стиль. Компоненты фирменного стиля.
41. Содержание и структура каналов сбыта.
42. Виды рекламы.

Критерии оценки устного опроса:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если:

ответ на вопрос полон; в ответе продемонстрировано уверенное знание явлений и процессов, к которым относится терминология; студент может привести примеры, доказывающие правильность его ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если:

в ответе на вопрос упущены отдельные значимые моменты; в ответе продемонстрировано общее понимание явлений и процессов, к которым относится вопрос; в ответе использована специальная терминология; студент не может самостоятельно привести примеры, доказывающие правильность его ответа, но может проанализировать примеры, предложенные преподавателем.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если:

в ответе на вопрос имеются существенные упущения; в ответе продемонстрировано общее понимание явлений и процессов, к которым относится вопрос; студент не использует специальной терминологии в ответе, но понимает значение основных терминов; студент не может самостоятельно привести примеры, доказывающие правильность его ответа, и не может проанализировать примеры, предложенные преподавателем.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если:

студент не может (отказывается) ответить на вопрос; в ответе продемонстрировано непонимание явлений и процессов, к которым относится вопрос; студент не понимает специальной терминологии; студент не может самостоятельно привести примеры, доказывающие правильность его ответа, и не может проанализировать примеры, предложенные преподавателем.

Практические задания по экономике

Задача 1. Себестоимость выпуска товара равна 18000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность – 15 % к затратам. Определить оптовую цену изготовителя на товар.

Задача 2. Предприятием-изготовителем установлена оптовая цена в размере 8700 руб. за единицу продукции. Ставка акциза равна 20 %, ставка налога на добавленную стоимость – 20 %. определить оптовую отпускную цену товара.

Задача 3. Оптовая цена закупки составляет 11257,5 руб. за единицу товара, а планируемая магазином торговая надбавка – 35 %. Определить розничную цену товара.

Задача 4. Выпуск изделия составляет 2 500 тыс. руб. за год. Численность работающих на производстве – 141 чел. Определить уровень производительности труда по данному изделию.

Задача 5. Предприятие выпускает 3 вида изделий: А, Б, В. Выпуск и численность занятых в производстве этих изделий представлен в таблице. Определить уровень производительности труда при производстве изделий А, Б, В.

Изделие	Стоимость произведенной продукции, млн. руб. (ВП)	Численность занятых, чел. (Ч)
А	1,25	100
Б	6	500
В	21	1400

Задача 6. Определить сдельную расценку и фактическую заработную плату за месяц рабочего с вредными условиями труда. Норма выработки за смену – 25 куб. м. Рабочий за месяц выработал 1150 куб.м. Работа тарифицируется по четвертому разряду (ТС час = 21,21 руб.). Доплата за вредность – 15 % к тарифной ставке.

Практические задания по менеджменту

Ситуационное задание 1.

Ваш непосредственный начальник, минуя Вас, дает срочное задание подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и Ваш начальник считаете свои задания неотложными. Как Вы поступите? Предложите варианты управленческих решений.

Ситуационное задание 2.

Начинающий бухгалтер делиться с приятелем своими бедами : «Не пойму, в чем дело. Вроде учился я неплохо, бухгалтерский учёт знаю, в проблемах разобрался, а вот контакта с людьми не нахожу, не умею понять их настроение». Как создать и поддержать настроение рабочих? Предложите варианты управленческих решений.

Ситуационное задание 3.

Вы являетесь руководителем недавно открывшейся организации, пытаетесь четко структурировать отношения внутри коллектива и добиться строгого выполнения дисциплинарных требований. Несмотря на высокую (по меркам города) зарплату, многие ведущие специалисты обращаются с заявлениями об увольнении? Предложите варианты управленческих решений.

Ситуационное задание 4.

Вы являетесь руководителем недавно открывшейся организации, пытаетесь четко структурировать отношения внутри коллектива и добиться строгого выполнения дисциплинарных требований. Несмотря на высокую (по меркам города) зарплату, многие ведущие специалисты обращаются с заявлениями об увольнении. Как бы вы повели себя на месте руководителя? Предложите варианты управленческих решений.

Ситуационное задание 5.

Руководитель предприятия видит группу рабочих, которые о чем то беседуют. Возвращаясь в свой кабинет, через 10-15 минут он наблюдает ту же картину. Как бы вы повели себя на месте руководителя? Предложите варианты управленческих решений.

Ситуационное задание 6.

В организации регулярно появляются слухи о несправедливости и предвзятости руководителя по отношению к своим подчиненным. Это объясняется тем, что за одно и то же нарушение трудовой дисциплины к работникам применяются разные меры. Предложите варианты управленческих решений.

Практические задания по маркетингу

Практическое занятие № 1

Установление взаимосвязи между спросом, видом и стратегией маркетинга.

Практическое занятие № 2

Решение ситуационных задач.

Практическое занятие № 3

Анализ конъюнктуры рынков основных продовольственных товаров.

Практическое занятие № 4

Анализ конъюнктуры рынков основных промышленных товаров.

Практическое занятие № 5

Сегментирование рынка продовольственных потребительских товаров.

Практическое занятие № 6

Сегментирование рынка промышленных потребительских товаров.

Практическое занятие № 7

Изучение Закона РФ «О защите прав потребителей».

Практическое занятие № 8

Оценка поведения различных групп покупателей с учетом факторов покупательского поведения.

Практическое занятие № 9

Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга.

Практическое занятие № 10

Создание товарного знака и логотипа.

Практическое занятие № 11

Решение ситуационных задач.

Практическое занятие № 12

Анализ конкурентоспособности продовольственных потребительских товаров и фирм-производителей.

Практическое занятие № 13

Анализ конкурентоспособности промышленных потребительских товаров и фирм-производителей.

Практическое занятие № 14

Расчет и анализ цен на конкретном товарном рынке.

Практическое занятие № 15

Выбор метода ценообразования.

Практическое занятие № 16

Решение ситуационных задач.

Практическое занятие № 17

Разработка рекламного обращения.

Практическое занятие № 18

Решение ситуационных задач.

Практическое занятие № 19

Расчет и анализ основных показателей экономической эффективности маркетинга на предприятии.

Практическое занятие № 20

Решение ситуационных задач.

Критерии оценки практического занятия:

По результатам практического занятия оценка «зачтено» ставится если:

- раскрыто содержание всех заданий. Все задания выполнены с недочетами.

Работа оформлена в соответствии с требованиями с нарушением сроков выполнения.

По результатам практического занятия оценка «не зачтено» ставится если:

- студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов;

По результатам практического занятия может выставляться:

Оценка «5» (отлично) ставится на практическом занятии в случае, когда студент показал высокую степень самостоятельности при выполнении манипуляций, а ответ его представлял собой последовательное, логическое, грамотное изложение материала

Оценка «4» (хорошо) ставится студенту при допущении им незначительных неточностей при выполнении манипуляций, хотя изложение того или иного вопроса может быть приемлемым для оценки «5»

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится в том случае, когда студент выполняет ту или иную манипуляцию, однако проявляет при этом усвоение только главных элементов навыка, само выполнение манипуляции носит черты неудовлетворительности. Изложение того или иного вопроса может быть приемлемым для оценки «4»

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится студенту в случае, если он

выполняет ту или иную манипуляцию, допускает грубые искажения элементов навыка, само выполнение беспорядочно, при этом положительный ответ изменить оценки не может.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Общественное производство, его сущность и цели.
2. Основные факторы общественного производства.
3. Простое и расширенное воспроизводство.
4. Экономическая эффективность общественного производства.
5. Модели смешанной экономики.
6. Традиционная экономическая система.
7. Административно-командный тип.
8. Рыночный тип экономики.
9. Монополия.
10. Олигополия
11. Монополистическая конкуренция.
12. Экономическая свобода.
13. Товарный обмен.
14. Реальная и номинальная заработная плата, реальные и номинальные доходы.
15. Закон предложения.
16. Организационно-правовые формы предприятий.
17. Фактор труд и его цена.
18. Рынок труда и его субъекты.
19. Понятие управления.
20. Понятие менеджмента.
21. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.
22. Характеристика и этапы развития менеджмента как науки.
23. Сущность и содержание менеджмента.
24. Цели и задачи менеджмента услуг.
25. Виды и типы менеджмента.
26. Принципы и функции менеджмента.
27. Основные черты и содержание менеджмента услуг в Казахстане.
28. Менеджмент в системе экономических дисциплин.
29. Управленческие революции.
30. Современные концепции менеджмента.
31. Понятие и сущность организации.
32. Организационные структуры управления.
33. Типы организационных структур и их характеристика.
34. Простые и сложные организации.
35. Формальные и неформальные организации.
36. Понятие о структуре управления и ее подразделениях.
37. Современные организационно – правовые формы управления.
38. Элементы внутренней и внешней среды организации.
39. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
40. Сущность функций менеджера.
41. Уровни управления.
42. Общая характеристика методов управления.
43. Процесс принятия управленческих решений.
44. Понятие кадровой политики.
45. Планирование деятельности производства.
46. Типы поведения в группах и лидерство.
47. Стили руководства.
48. Мотивация и компенсация.

- 49. Власть, влияние, лидерство.
- 50. Маркетинговые стратегии и комплекс маркетинга.
- 51. Организация маркетинговой деятельности.
- 52. Применение глобальной сети Internet в маркетинге.
- 53. Цели и методы исследования покупательского спроса.
- 54. Глобальные маркетинговые стратегии.
- 55. Методика проведения опроса при изучении покупательского спроса.
- 56. Маркетинговые стратегии и спрос.
- 57. Изучение деятельности конкурентов в маркетинге.
- 58. Роль презентаций в маркетинге.

Оценка 5 – ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Оценка 1 – реферат студентом не представлен.

ФОНД ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тесты по экономике:

1. Микроэкономика:

- 1. экономика на уровне предприятий
- 2. региональная экономика
- 3. национальная экономика
- 4. мировая экономика

2. Макроэкономика:

- 1. экономика на уровне предприятий
- 2. региональная экономика
- 3. национальная экономика
- 4. мировая экономика

3. Если спрос увеличится без изменения предложения:

- 1. цена товара вырастет
- 2. цена товара сократится
- 3. цена останется неизменной
- 4. установится рыночная цена

4. Если предложение увеличится без изменения спроса:

- 1. цена товара вырастет
- 2. цена товара сократится

3. цена останется неизменной

4. установится рыночная цена

5. Равновесная рыночная цена:

1. когда спрос равен предложению

2. когда цена неизменна

3. когда цена регулируется государством

4. когда цена формируется монополиями

6. Под понятие «Прибыль от реализации продукции» подразумевается ...

1. денежное выражение стоимости товаров

2. финансовый результат, полученный от реализации продукции

3. выручка, полученная от реализации продукции

4. чистый доход предприятия

7. Под понятие «Выручено » подразумевается ...

1. денежное выражение стоимости товаров

2. финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия

3. выручка, полученная от реализации продукции

4. чистый доход предприятия

8. Под понятие «Цена» подразумевается ...

1. денежное выражение стоимости товаров

2. финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия

3. выручка, полученная от реализации продукции

4. чистый доход предприятия

9. Переменные издержки:

1. снижаются при увеличении объема производства

2. растут при увеличении объема производства

3. не изменяются при увеличении объема производства

4. изменяются пропорционально изменению объема производства

10. Постоянные издержки:

1. снижаются при увеличении объема производства

2. растут при увеличении объема производства

3. не изменяются при увеличении объема производства

4. изменяются пропорционально изменению объема производства

11. Формы конкуренции:

1. совершенная

2. несовершенная,

3. ценовая

4. все верно

12. Монополия – это рыночная структура, где

1. действует только один покупатель

2. существует небольшое число конкурирующих между собой производителей

3. существуют практически непреодолимые входные барьеры в отрасль

4. отсутствует контроль над ценами продукции

13. Ценовая дискриминация имеет место, когда данный продукт продается:

1. по ценам ниже издержек производства этого товара;

2. по единой цене, но потребителям с различными доходами;

3. в кредит потребителям, имеющим льготы;

4. по разным ценам, не обусловленным различиями в издержках производства

14. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

1. небольшое число крупных фирм;

2. одна крупная фирма;

3. небольшое число средних фирм;

4. большое число крупных фирм.

15. Монополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

1. небольшое число крупных фирм;
2. один покупатель;
3. небольшое число средних фирм;
4. большое число крупных фирм.

16. Отличие экономических ресурсов от факторов производства в том, что:

1. разницы нет
2. в состав факторов производства не входят трудовые ресурсы
3. в экономические ресурсы не входит инвестиционная деятельность предпринимателя
4. факторы производства – это вовлеченные в процесс производства экономические ресурсы

17. Средства производства - это:

1. часть уставного капитала
2. трудовые кадры, временные затраты и капитал
3. предметы труда и средства труда
4. материальные запасы предприятия

18. К интенсивным факторам экономического роста относятся:

1. увеличение количества наемных работников
2. рост производительности труда
3. расширение производственных площадей
4. Нет правильного ответа

19. К экстенсивным факторам экономического роста относятся:

1. увеличение количества наемных работников
2. рост производительности труда
3. прирост объема инвестиций в основной капитал
4. нет правильного ответа

20. Собственность на землю реализуется в виде дохода:

1. доля
2. зарплата персонала
3. прибыль от реализации
4. рента

21. К материальному виду производства относятся:

1. промышленность
2. торговля
3. здравоохранение
4. коммунальное хозяйство

22. К факторам производства относят:

1. труд
2. земля
3. предпринимательство
4. все ответы верны

23. Сдельная заработная плата платится:

1. за количество отработанного времени
2. за количество произведенной продукции
3. за качество работы
4. в соответствии с окладом

24. Повременная заработная плата платится:

1. за количество отработанного времени
2. за количество произведенной продукции
3. за качество работы
4. нет правильного ответа

25. Акция – это:

1. ценная бумага, дающая право владельцу на получение субсидии;
2. ценная бумага, дающая право на получение налоговых льгот;
3. ценная бумага, дающая право на получение кредита.
4. ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной доли в капитал акционерного общества

26. Государственная облигация – это:

1. ценные бумаги, выпускаемые для создания частного капитала;
2. ценная бумага, свидетельствующая о совладении государственной собственностью;
3. долговые обязательства правительства;
4. платежная ведомость

27. Самой древней экономической системой является:

1. традиционная;
2. рыночная;
3. командная;
4. смешанная.

28. Рыночная система базируется:

1. на частной собственности на ресурсы и производимые блага;
2. на общественной собственности на ресурсы и производимые блага;
3. на частной собственности на ресурсы и общественной собственности на производимые блага;
4. на общественной собственности на ресурсы и частной собственности на производимые блага.

29. Экономическим благом не является:

1. автомобиль;
2. телевизор;
3. дождевая вода;
4. статья в журнале.

30. Количество товара, которое продавцы хотят продать по определённой цене

1. спрос
2. величина спроса
3. предложение
4. величина предложения

31. Ситуация, возникающая при цене больше равновесной

1. дефицит
2. равновесие
3. избыток
4. нет правильного ответа

32. Если увеличатся цены на машины, спрос на бензин

1. уменьшится
2. не изменится
3. вырастет
4. нет правильного ответа

33. Деньги служат:

1. средством обращения;
2. средством сбережения;
3. счётной единицей;
4. средством обращения, средством накопления, мерой стоимости, средством платежа.

34. Коммерческая банковская система предоставляет деньги в займы, в

результате денежная масса:

1. уменьшается;
2. ни увеличивается, ни уменьшается;
3. увеличивается;
4. нет правильного ответа

35. Если Центральный банк продаёт большое количество государственных ценных бумаг на открытом рынке, то он преследует при этом цель:

1. сделать кредит более доступным;
2. затруднить покупку населением государственных ценных бумаг;
3. увеличить объём инвестиций;
4. уменьшить общую массу денег в обращении.

36. Экстенсивный фактор экономического роста – это:

1. внедрение достижений НТП;
2. увеличение количества работников;
3. технологические изменения в производстве;
4. реализация кредитно-денежной политики.

37. Какой из приведенных ниже показателей больше всего подходит для измерения экономического потенциала государства:

1. номинальный объём ВВП;
2. реальный объём ВВП;
3. номинальный объём ВВП в расчёте на душу населения;
4. реальный объём ВВП в расчёте на душу населения.

38. Трудоемкость производства измеряется отношением:

1. затрат капитала к затратам труда;
2. реального объёма продукта к количеству часов рабочего времени;
3. реального объёма продукта к численности населения;
4. количества часов рабочего времени к реальному объёму произведенной продукции.

Критерии оценки тестовых заданий:

86-100% правильных ответов – отлично;
71- 85% правильных ответов – хорошо;
51- 70% правильных ответов – удовлетворительно;
ниже 51% - неудовлетворительно.

Тесты по менеджменту:

Тест 1

1. Менеджмент – это:
 - а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
 - б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 - в) управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 - г) деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
2. Менеджмент как наука – это:
 - а) комплекс знаний о методах и способах управления производством
 - б) экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства

- в) система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
 - г) отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей
3. Главное содержание менеджмента – это:
- а) обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей
 - б) интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
 - в) организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
 - г) управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей
4. Кто такой менеджер?
- а) профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
 - б) человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
 - в) профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
 - г) субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью
5. Что является основными факторами развития менеджмента?
- а) разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 - б) особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 - в) доминирующий способ общественного производства
 - г) уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
6. Что является объектом и субъектом менеджмента?
- а) технические ресурсы
 - б) люди
 - в) финансовые ресурсы
 - г) технологии
7. Главной задачей менеджера является:
- а) максимизация прибыли
 - б) организация труда персонала
 - в) получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
 - г) налаживание системы внутрифирменных коммуникаций
8. Менеджмент и управление – это:
- а) одно и то же
 - б) разные, но связанные между собой процессы
 - в) взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 - г) взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента

Тест 2

1. К внешним ситуационным факторам, влияющим на качество функционирования

организации, относятся...

- а) люди
- б) задачи
- в) структуры
- г) конкуренты

2. К составляющим внешней среды *не относятся*...

- а) специалисты службы снабжения
- б) поставщики
- в) конкуренты
- г) потребители

3. Под внешней средой организации понимается...

- а) комплекс факторов ее окружающей среды
- б) вся совокупность факторов, ее окружающих
- в) условия функционирования организации
- г) группа организаций в той же отрасли

4. Фирма, выполняющая для нашей организации заказы по оказанию рекламных услуг, относится к среде...

- а) внешней
- б) общественной
- в) внутренней
- г) непосредственного делового окружения

5. Структура организации – это логические взаимоотношения

- а) уровней управления
- б) функциональных областей
- в) иерархии

построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации.

6. Система, взаимодействующая с внешней средой

- а) закрытая
- б) открытая
- в) эффективная
- г) оптимальная

7. Элементами внешней и внутренней среды организации являются:

- а) внешняя среда
- б) внутренняя среда
- в) конкуренты
- г) состояние экономики страны
- д) потребители
- е) поставщики
- ж) кадровый состав организации
- з) уровень разделения труда
- и) система вознаграждения
- к) корпоративная культура

8. Люди в организации создают ее продукт, они формируют

- а) культуру организации

- б) структуру организации
 - в) внутренний климат
- и от них зависит то, чем является организация

9. Что из ниже перечисленного не является характеристикой внешней среды организации?

- а) взаимосвязанность факторов внешней среды;
- б) сложность внешней среды;
- в) подвижность среды;
- г) неопределенность внешней среды;
- д) очевидность и доступность для анализа факторов внешней среды организации.

Тест 3

1. Что представляет собой понятие «функция управления»?

- а) одна из характеристик процесса управления;
- б) подразделение в системе управления;
- в) документация в системе управления.

2. Одной из основных функций менеджмента является

- а) наблюдение за ходом производства;
- б) методическое обеспечение принятия решений;
- в) планирование;
- г) издание приказов и распоряжений.

3. Планирование – это:

- а) управленческая функция;
- б) сфера деятельности;
- в) объект управления.

4. Планирование – это

- а) процесс определения целей и выбора способов их достижения;
- б) процесс, определяющий сильные и слабые стороны предприятия;
- в) эффективность нововведений, осуществляемых на основе исчисления экономии и текущих затрат.

5. Что такое планирование?

- а) разработка планов, графиков, сводных таблиц, определение режимов работы, сроков и исполнителей, ответственных лиц;
- б) группа людей, деятельность которых направлена на достижение целей;
- в) это структура организации, где полномочия распределяются по нижестоящим уровням управления.

6. Какое место занимает планирование на предприятии в условиях рынка?

- а) слабо используется;
- б) границы планирования ограничены;
- в) роль планирования возрастает, т.к. с его помощью определяются текущие и стратегические цели развития, средства реализации в условиях неопределенности внешней среды

7. Какой из видов планирования является так же и ежедневным?

- а) текущее;
- б) оперативное;

- в) долгосрочное.
8. Субъект планирования:
- а) Бизнес-план;
 - б) менеджер;
 - в) контроль.
9. Что относится к принципам планирования?
- а) непрерывность;
 - б) доступность;
 - в) объективность
10. Что не относится к принципам планирования?
- а) непрерывность;
 - б) объективность;
 - в) гибкость.
11. Цель планирования:
- а) деловое общение;
 - б) помочь менеджеру точно предсказать будущее в развитии организации;
 - в) изучение подчиненного персонала.
12. Какими характеристиками должны обладать цели планирования?
- а) быть конкретными, достижимыми;
 - б) быть точными, неизменяемыми.
13. Укажите принцип планирования, который заключается в возможности для планов менять свою направленность в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств:
- а) участия;
 - б) непрерывности;
 - в) гибкости.
14. Процесс, одной из основных составляющих которого является определение миссии, целей организации.
- а) процесс планирования;
 - б) координация.
15. Верно ли, что цель предприятия устанавливается на основе миссии?
- а) да;
 - б) нет.

Тест 4

1. Процесс побуждения себя и других к деятельности по достижению личных целей или целей организации это:
- А. организация;
 - Б. действие;
 - В. координация;
 - Г. мотивация.
2. Мотивация относится к управлению:
- А. оборудованием;
 - Б. трудовыми ресурсами;

В. продуктом.

3. Теории мотивации делятся на две категории

- А. содержательные и процессуальные;
- Б. сущностные и формальные;
- В. системные и организационные

4. Основные функции управления

- А. планирование, контроль;
- Б. планирование, организация, мотивация, контроль;
- В. организация, мотивация;
- Г. организация, мотивация, контроль

5. Какая из человеческих потребностей является главной по теории мотивации Макклелланда?

- А. успех;
- Б. деньги;
- В. свобода;
- Г. безопасность

6. Какая из перечисленных теорий мотивации не относится к содержательным теориям:

- А. теория Абрахама Маслоу;
- Б. модель Портера Лоулера;
- В. теория Фредерика Герцберга;
- Г. теория Дэвида Макклелланда.

7. «Приступая к выполнению той или иной работы, человек с определенной степенью вероятности ожидает, что затраченные им усилия принесут необходимый результат, который также с той или иной степенью вероятности должен быть замечен руководителем и соответствующим образом вознагражден». Данное положение отвечает:

- А. теории ожиданий Врума;
- Б. теории Портера Лоулера;
- В. теории приобретенных потребностей Макклелланда;
- Г. теории справедливости Адамса.

8. Какие из перечисленных функций менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?

- А. планирование;
- Б. организация;
- В. мотивация;
- Г. контроль;
- Д. руководство.

9. Когда сотрудник получает дополнительное вознаграждение за перевыполнение нормы - это:

- А. стимулирование;
- Б. мотивирование.

10. Что не входит в пирамиду потребностей А. Маслоу?

- А. потребность в принадлежности;
- Б. потребность в самовыражении;
- В. потребность во власти;

Г. потребность в безопасности.

Тест 5

1. Одной из основных функций менеджмента является:

- А. наблюдение за ходом производства
- Б. методическое обеспечение принятия решений;
- В. контроль
- Г. издание приказов, распоряжений.

2. Планирование, организация, мотивация, контроль – это...

- А. функции менеджмента;
- Б. задачи менеджмента;
- В. аспекты менеджмента.

3. В чем основное отличие предварительного, текущего и заключительного контроля?

- А. в объеме
- Б. во времени проведения;
- В. в методах.

4. Система контроля в организации обычно состоит из

- А. предварительного, текущего и заключительного;
- Б. текущего и заключительного;
- В. предварительного и заключительного
- Г. только из текущего контроля.

5. Контроль – это:

- А. совокупность внутренних и внешних движущих сил;
- Б. процесс соизмерения фактически достигнутых результатов с запланированными;
- В. стремление к достижению результатов.

6. Укажите какой контроль осуществляется до начала работ?

- А. предварительный;
- Б. заключительный;
- В. текущий;
- Г. не осуществляется ни какой.

7. Какие из перечисленных функций менеджмента позволяют установить цели организации и обеспечить их выполнение?

- А. планирование;
- Б. организация;
- В. контроль;
- Г. мотивация;
- Д. все ответы верны.

8. Какие из перечисленных функций менеджмента позволяют выявить отклонения, возникающие в процессе функционирования организации?

- А. планирование;
- Б. организация;
- В. контроль;
- Г. мотивация.

9. Вид контроля, который осуществляется в ходе проведения работ:

- А. предварительный;
- Б. заключительный;
- В. текущий.

10. Верно ли, что система контроля, которая не позволяет устранить серьезные отклонения прежде, чем они перерастут в крупные проблемы, бессмысленна?

- А. да;
- Б. нет.

11. Рутинные технологии требуют усиления операционного контроля:

- А. да
- Б. нет.

12. Вид контроля, обеспечивающий измерение результативности и определяющий необходимое вознаграждение сотрудников.

- А. заключительный контроль;
- Б. текущий контроль.

13. Дайте правильный ответ: Функция контроля направлена на реализацию планов

- А. да;
- Б. нет.

14. Установление стандартов, измерение достигнутого и сравнение с ожидаемыми результатами, коррекция отклонений являются тремя аспектами:

- А. планирования;
- Б. управленческого контроля;
- В. организации.

15. Сбор, обработка и анализ информации, сравнение полученных данных с плановыми показателями, принятие мер по корректировке, учет и отчетность являются функциями:

- А. контроля;
- Б. прогнозирования
- В. планирования;
- Г. программирования;
- Д. управления.

Тест 6

1. Совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект — это ... управления.

- А. функции;
- Б. методы;
- В. принципы;
- Г. инструменты

2. Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?

- А. экономические, административные, социально-психологические;
- Б. бюрократические,
- В. традиционные, нетрадиционные.

3. Что можно отнести к инструментам экономических методов менеджмента?

- А. экономические рычаги воздействия;
- Б. приказы.

4. Что не относится к инструментам организационно-распорядительных методов менеджмента?

- А. регламенты;
- Б. нормы и нормативы;
- В. приказы и распоряжения;
- Г. системы материального стимулирования;
- Е. должностные инструкции.

5. Какие психологические методы может использовать руководитель для управления группой, отделом?

- А. методы формирования психологического климата в коллективе;
- Б. методы поощрения;
- В. методы наказания;
- Г. методы профессионального отбора и обучения;
- Д. все ответы верны.

6. Метод управления, применяемый с целью повышения социальной активности сотрудников:

- А. экономический;
- Б. организационно-административный;
- В. социально-психологический.

7. Социально-психологические методы менеджмента способствуют формированию в организации...

- А. иерархических отношений;
- Б. административного принуждения;
- В. морально-психологического климата.

8. Одним из методов управления в менеджменте являются

- А. юридические методы;
- Б. экономические методы;
- В. финансовые методы;
- Г. мотивационные методы.

9. Одним из методов управления в менеджменте являются

- А. юридические методы;
- Б. информационные методы;
- В. финансовые методы;
- Г. социально-психологические методы.

Тест 7

Вопрос 1. Деловое общение основывается на знаниях:

- 1. социологии;
- 2. психологии;
- 3. менеджмента;
- 4. логики;
- 5. всех выше перечисленных дисциплин.

Вопрос 2. К вербальным средствам общения относятся:

- 1. устная речь;
- 2. письменная речь

3. устная и письменная речь;
4. интонации голоса;
5. грамотность.

Вопрос 3. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным?

1. жесты;
2. позы;
3. мимика;
4. выражение лица;
5. все перечисленные.

Вопрос 4. В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует

1. оценка сообщения;
2. интерпретация сообщения;
3. обратная связь;
4. выделение и понимание смысловой части;
5. передача сообщения.

Вопрос 5. Ключевая фаза общения – это

1. восприятие;
2. выбор канала передачи сообщения;
3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной степени приблизить к ней наше сообщение;
4. выбор слов и грамматики;
5. обратная связь.

Тест 8

1. Результат творческого, целенаправленного анализа проблемной ситуации, выбора и реализации путей, методов и средств ее разрешения – это

- А. управленческое решение;
- Б. управленческий анализ.

2. Чем характеризуется компромисс при принятии решения?

- А. установление некоего среднего в результате спора двух сотрудников;
- Б. уменьшением выгоды в одной области с целью уменьшения нежелательных последствий в другом.

3. Что означает «принять решение»?

- А. перебрать все возможные альтернативы;
- Б. перебрать несколько альтернатив, дающих наиболее эффективные возможности решения проблемы;
- В. отдать распоряжение к реализации конкретного плана.

4. Процесс принятия решения начинается с:

- А формулировки миссии предприятия;
- Б. постановки управленческих целей;
- В. выявления проблемы;
- Г. выявлении лица, ответственного за принятие решений.

5. Выбор, сделанный лишь на основе ощущения того, что он правилен – это ... решение.

- А. логическое;
- Б. интуитивное;

- В. рациональное;
- Г. осторожное.

6. Принятие управленческих решений в организации
- А. существенно отличаются от частного выбора человека;
 - Б. отличаются, но не существенно;
 - В. практически не отличаются.

7. Какую ответственность принимает на себя лицо, принимающее решение?
- А. моральную;
 - Б. дисциплинарную;
 - В. юридическую;
 - Г. материальную;
 - Д. верны все вышеперечисленные ответы.

8. Решения, которые принимаются руководителем единолично, относятся к:
- А. индивидуальным;
 - Б. коллегиальным.

9. Под технологией принятия решений понимается:
- А. состав и последовательность операций по разработке и выполнению решений;
 - Б. методы разработки и оптимизации решений;
 - В. Верно А+ Б.

10. Какие из перечисленных утверждений соответствуют истине?
- А. необходимость принимать решения возникает в ситуации выбора;
 - Б. принятие решений вызывается необходимостью;
 - В. принятие решений связано с изменением целей управления;
 - Г. верны ответы А+Б.

11. Этапы рационального решения проблем:
- А. диагноз проблемы;
 - Б. формулировка ограничений и критериев для принятия решения;
 - В. выявление и оценка альтернатив;
 - Г. окончательный выбор решения и реализация;
 - Д. оценка результатов;
 - Е. верны все ответы.

Тест 9

1. Форма поведения руководителя по отношению к подчиненным называется:
- А. стратегия управления;
 - Б. цели управления;
 - В. Политика управления;
 - Г. стиль управления.
2. Что характеризует стиль руководства?
- А. схему подчиненности и ответственности;
 - Б. форму взаимоотношений руководителей и подчиненных;
 - В. связь кооперации и координации.
3. Инструментом каких методов менеджмента является стиль руководства?
- А. экономических;

- Б. административных;
- В. социально-психологических;
- Г. правовых.

4. К какому стилю управления относится: «просит, упрощает, ждет указаний сверху»?

- А. авторитарный;
- Б. либеральный;
- В. демократический.

5. К какому стилю относится: требует много времени для принятия решения, необходим грамотный лидер и обученные подчиненные?

- А. авторитарный;
- Б. либеральный;
- В. демократический.

6. К какому стилю относится: цели и средства определяет руководитель:

- А. авторитарный;
- Б. либеральный;
- В. демократический.

7. Стилъ руководства – это:

- А. манера поведения руководителя по отношению к подчиненным;
- Б. способ и метод управления подчиненными;
- В. столкновение противоречивых или несовместимых сил.

8. Какой стиль предусматривает инструкции в форме предложений, не сухую речь, а товарищеский тон?

- А. авторитарный;
- Б. либеральный;
- В. демократический.

9. К какому стилю относится утверждение: ориентация в принятии решений на себя, единоличная власть и управление.

- А. либеральный;
- Б. авторитарный;
- В. демократический.

10. К какому стилю относится утверждение: разделение власти, участие работников в управлении.

- А. либеральный;
- Б. авторитарный;
- В. демократический.

11. К какому стилю относится утверждение: полная свобода группы, коллегиальность в управлении

- А. либеральный;
- Б. авторитарный;
- В. демократический.

Критерии оценки тестов:

Процент результативности (правильный ответов)	Количество правильных ответов	Качественная оценка	
		Оценка (балл)	Вербальный аналог
90-100	11	5	отлично
80-89	10	4	хорошо
70-79	7	3	удовлетворительно
менее 70	6	2	неудовлетворительно

Тесты по маркетингу:

Тест 1

1. Что является основным в определении сути маркетинга?
 - а) сбыт товаров
 - б) снижение издержек производства
 - а) установление цен на товары
 - г) удовлетворения потребностей потребителей
2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?
 - а) товарная ориентация
 - б) производственная ориентация
 - в) сбытовая ориентация
 - г) ориентация на потребителя, общество в целом
3. Объектами маркетинга являются:
 - а) товары
 - б) услуги
 - в) фирмы
 - г) все вышеперечисленные ответы
4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:
 - а) маркетинговые исследования;
 - б) инвентарный контроль
 - в) товарная политика
 - г) создание рекламного обращения
5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:
 - а) товар, цена, продвижение товара, распространение
 - б) товар, стимулирование сбыта, реклама
 - в) сбыт товара, ценообразование, продвижение
 - г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков
6. С точки зрения маркетинга товар — это:
 - а) результат исследований, разработок и производства
 - б) продукт труда предназначен для продажи
 - в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей
 - г) все товары на предприятиях
7. Позиционирование товара — это:
 - а) сегментирование рынка
 - б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара

- в) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями
- г) выбор целевого рынка

8. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок
- б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта
- в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду
- г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы

9. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?

- а) привлечь внимание
- б) удерживать интерес
- в) побуждать к действию, то есть покупки
- г) все ответы правильные

10. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

- а) поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей
- б) мотивацию покупателей
- в) продажа товаров по цене ниже себестоимости
- г) увеличение реальных доходов граждан

11. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

12. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для

- а) концепции социально-этичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

13. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

14. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

15. Реклама — это элемент:

- а) политики продвижения товара
- б) товарной политики
- в) сбытовой политики
- г) ценовой политики

16. Комплекс маркетинга включает в себя:

- а) управления предприятием
- б) совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение)
- в) выбор условий реализации
- г) ваш вариант ответа

17. Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы
- б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю
- в) способ транспортировки товара
- г) оптового посредника

18. К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

- а) рекламы
- б) персональной продажи
- в) пропаганды
- г) стимулирование сбыта

19. Спрос на товары эластичный если:

- а) при изменении цены спрос существенно изменяется
- б) при изменении цены спрос остается неизменным
- в) цена и спрос не зависят друг от друга
- г) спрос постоянно растет

20. Каналы распределения выполняют следующие функции:

- а) закупка и продажа товаров
- б) транспортировки и хранения продукции
- в) создание торгового ассортимента
- г) все ответы правильные

Тест 2

1. Разработка рекламной стратегии включает:

- а) создание рекламного обращения
- б) определение эффективности рекламы
- в) создание концепции товара
- г) определение целевой аудитории

2. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:

- а) усиление законодательных норм
- б) увеличение возраста потребителей

- в) снижение количества населения
- г) несовершенство программы маркетинга

3. Различают следующие уровни товара:

- а) новый и модифицированный
- б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением
- в) товар с упаковкой; товар без упаковки
- г) второй сорт, первый сорт, высший сорт

4. Отбор целевых рынков — это:

- а) удовлетворения всех без исключения потребителей
- б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется
- в) определение места продажи своего товара
- г) определение вида продвижения товара

5. Потребительский рынок формируется:

- а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации
- б) Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления
- в) лицами, которые приобретают товары для продажи
- г) предприятиями изготовителями готовой продукции

6. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы

- а) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс)
- б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы)
- в) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности)
- г) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения)
- д) все ответы верны

7. Рынок товаров производственного назначения это:

- а) все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли
- б) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров
- в) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли
- г) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли

8. Из чего состоит рынок товаров потребительского назначения?

- а) Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации
- б) Фирм-производителей товаров потребительского назначения
- в) Покупателей, приобретающих товары для личного пользования

9. С чем связан ремаркетинг?

- а) Снижающимся спросом
- б) Возрастающим спросом
- в) Чрезмерным спросом

10. Кто является основоположником маркетинга:

- а) Альфред Ньюман
- б) Клейтон Кристенсен
- в) Филип Котлер

11. Что из перечисленного относят к каналам личной коммуникации?

- а) общение одного лица с аудиторией
- б) прямую почтовую рекламу
- в) рекламу по телевидению
- г) печатную рекламу

12. Что такое прямой маркетинг?

- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- г) благожелательное представление товара в СМИ

13. Хлеб и молоко, которые реализуют населению, относятся к следующей классификационной группе:

- а) товары импульсной покупки
- б) товары особого спроса
- в) товары постоянного спроса
- г) товары предварительного выбора
- д) товары пассивного спроса

14. Сколько процентов составляют затраты фирмы на рекламу?

- а) 1 % от суммы продаж
- б) 2-10 % от суммы продаж
- в) 20 % от суммы продаж
- г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы

15. По пирамиде Маслоу индивид сначала хочет удовлетворить:

- а) потребность в любви
- б) потребность в безопасности
- в) физиологические потребности
- г) потребность в саморазвитии

16. Главное в определении маркетинга:

- а) сбыт товара
- б) снижение издержек производства
- в) удовлетворение потребностей потребителей
- г) установление цены товара

17. Определите, чем пропаганда отличается от рекламы:

- а) ее платности
- б) ее личном характере
- в) ее общественном характере
- г) она не оплачивается

18. Из чего состоит комплекс маркетинговых коммуникаций?

- а) пяти элементов
- б) шести элементов
- в) девяти элементов
- г) трех элементов

19. Формирование сегмента по составу семьи относится к:

- а) географическому критерию сегментирования
- б) демографическому критерию сегментирования
- в) поведенческому критерию сегментирования
- г) психографическому критерию сегментирования

20. Что из данного является обязательным элементом процесса коммуникации?

- а) реклама
- б) стимулирование сбыта
- в) обратная связь
- г) все перечисленные

Критерии оценки тестов:

Процент результативности (правильный ответов)	Количество правильных ответов	Качественная оценка	
		Оценка (балл)	Вербальный аналог
100	10	5	отлично
80	8	4	хорошо
70	7	3	удовлетворительно
менее 70	6	2	неудовлетворительно

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЁТУ

1. Понятие экономики.
2. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство.
3. Факторы производства.
4. Прибыль и рентабельность.
5. Рыночная экономика.
6. Понятие собственности. Формы собственности.
7. Совершенная конкуренция.
8. Монополия.
9. Понятие обмена. Формы обмена.
10. Семейный бюджет.
11. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос.
12. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение.
13. Рыночное равновесие.
14. Сущность и классификация товаров.
15. Основные средства.
16. Оборотные средства.
17. Издержки предприятия и себестоимость продукции.
18. Деньги: сущность и функции.
19. Какие значения имеет термин «менеджмент»? Что является наиболее важной задачей менеджмента?
20. Кто такие менеджеры высшего, среднего и низшего звена?
21. Каков вклад Генри Форда в менеджмент?
22. Дать характеристику внешней среды организации.
23. Дать характеристику внутренней среды организации.
24. Какова сущность цикла менеджмента?
25. Перечислить основные функции менеджмента. В чем заключается взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла?
26. Понятие структуры управления.
27. Классификация методов мотивации персонала в организациях. Назовите причины низкой мотивации труда персонала?
28. Сущность и элементы руководства. Охарактеризуйте стили руководства.
29. Сущность, цели, задачи и принципы маркетинга.
30. Функции маркетинга.
31. Методы маркетинга.
32. Виды маркетинга.
33. Взаимосвязь спроса, вида маркетинга и его стратегии.
34. Микросреда предприятия и факторы ее определяющие.
35. Макросреда предприятия и факторы ее определяющие.
36. Понятие рынка, его виды, принципы деятельности.
37. Содержание и основное назначение рыночных показателей: ёмкость, конъюнктуры рынка, доля рынка.
38. Понятие и принципы сегментирования рынка.
39. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара.
40. Фирменный стиль. Компоненты фирменного стиля.
41. Содержание и структура каналов сбыта.
42. Виды рекламы.

