

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева»

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

УТВЕРЖДЕНО
Директор филиала КузГТУ
в г. Новокузнецке
_____ Т.А. Евсина
«__» _____ 2023г

Фонд оценочных средств дисциплины

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика
Направленность (профиль) Прикладная информатика в экономике

Присваиваемая квалификация «Бакалавр»

Формы обучения очная

Год набора 2022

Новокузнецк 2023 г.

1 Паспорт фонда оценочных средств

Форма(ы) текущего контроля	Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	Уровень
Опрос, тест	ОПК-4	Знает достаточное количество стандартов, норм и правил, технической документации, связанной с профессиональной деятельностью	<p>Знать стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь использовать стандарты, нормы и правила, техническую документацию профессиональной деятельности</p> <p>Владеть способностью разрабатывать стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности</p>	Высокий или средний
Опрос, тест	УК-2	Использует знание экономических теорий, законов, концепций и принципов менеджмента и маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>Знать экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>экономические теории, законы, концепции и принципы маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Уметь использовать экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>использовать экономические теории, законы, концепции и принципы маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Владеть навыками решения базовых задач менеджмента</p> <p>навыками решения базовых задач маркетинга</p>	Высокий или средний

Опрос, тест	УК-6	<p>Постоянно повышает уровень своей квалификации, занимается самообразованием</p>	<p>Знать основные приемы эффективного управления собственным временем и профессиональным развитием основные принципы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни Уметь эффективно планировать и контролировать собственное время использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения планировать траекторию своего профессионального развития Владеть методами управления собственным временем и профессиональным развитием технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков методиками саморазвития в течение всей жизни</p>	Высокий или средний
Опрос, тест	УК-3	<p>Использует коммуникативные навыки для построения максимально эффективного взаимодействия между членами трудового коллектива</p>	<p>Знать основные приемы и нормы социального взаимодействия в процессе командной работы технологии межличностной и групповой коммуникации Уметь устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу осуществлять эффективное командное взаимодействие для достижения поставленных целей Владеть основными методами и приемами социального взаимодействия в команде навыками межличностных отношений способностью реализовывать свою роль в команде</p>	Высокий или средний

Опрос, тест	УК-4	Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный	Знать иностранный язык и активно его использовать базовую лексику, представляющую стиль делового общения, на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках нормы делового общения на иностранном языке Уметь читать и обрабатывать деловую документацию на иностранном языке осуществлять перевод профессионально-значимой информации на иностранном языке понимать устную речь в ситуациях делового иноязычного общения в профессиональной сфере Владеть способностью использовать основные понятия и категории менеджмента и маркетинга в управленческой деятельности навыками деловой коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке	Высокий или средний
Опрос, тест	ОПК-9	Использует коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп	Знать виды и особенности профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках управленческой деятельности Уметь применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп Владеть способностью применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп	Высокий или средний
<p>Высокий уровень результатов обучения – знания, умения и навыки соотносятся с индикаторами достижения компетенции, рекомендованные оценки: отлично; хорошо; зачтено.</p> <p>Средний уровень результатов обучения – знания, умения и навыки соотносятся с индикаторами достижения компетенции, рекомендованные оценки: хорошо; удовлетворительно; зачтено.</p> <p>Низкий уровень результатов обучения – знания, умения и навыки не соотносятся с индикаторами достижения компетенции, оценивается неудовлетворительно или не зачтено.</p>				

2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Текущий контроль успеваемости и аттестационные испытания обучающихся могут быть организованы с использованием ресурсов ЭИОС КузГТУ. Полный перечень оценочных материалов

расположен в ЭИОС КузГТУ.: <https://el.kuzstu.ru/login/index.php>.

Текущий контроль успеваемости и аттестационные испытания могут проводиться в письменной и (или) устной, и (или) электронной форме.

2.1. Оценочные средства при текущем контроле

Текущий контроль по разделам 1-4 осуществляется:

1. В форме устного опроса.

Примеры вопросов по разделу 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями к устному опросу:

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

Примеры вопросов по разделу 4 Комплекс маркетинга к устному опросу:

1. Товар в системе маркетинга. Общая характеристика товара.
2. Новые товары и фактор времени. Модернизация товара как элемент товарной политики.
3. Жизненный цикл товара.
4. Товарный знак и его сущность. Особенности продвижения марочных товаров на рынок.
5. Упаковка и маркировка товаров.
6. Формирование ассортимента товаров и управление им.
7. Исследование товарных рынков.
8. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
9. Методика определения уровня качества и конкурентоспособности товара.
10. Товародвижение и каналы распределение товаров.
11. Основные элементы системы товародвижения, организация и управление товародвижением.
12. Оптовая и розничная формы торговли (характеристика, особенности).

13. Ценообразование в системе маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция.
14. Методы установления цен на товары.
15. Характеристика видов цен.
16. Система коммуникаций в маркетинге.
17. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
18. Стимулирование сбыта товаров.
19. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
20. Паблик рилейшенз (характеристика, особенности).
21. Выставки и ярмарки, как составляющие маркетинговых коммуникаций.
22. Особенности проведения рекламной компании методом "Direct Mail".
23. Характеристика основных мотивов поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей на рынке. Защита прав потребителей. Определение емкости рынка.
24. Управление маркетингом на предприятии.
25. Маркетинг услуг.
26. Планирование маркетинга.

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

Критерии оценивания:

- 85–100 баллов – при правильном и полном ответе на два вопроса;
- 65–84 баллов – при правильном и полном ответе на один из вопросов и правильном, но не полном ответе на другой из вопросов;
- 25–64 баллов – при правильном и неполном ответе только на один из вопросов;
- 0–24 баллов – при отсутствии правильных ответов на вопросы.

Количество баллов	0-24	25-64	65-84	85-100
Шкала оценивания	неуд	удовл	хорошо	отлично

2. В выполнении тестов по разделам в системе Moodle.

При проведении текущего контроля обучающимся необходимо ответить на тестирования по каждому разделу. Тестирование организовано с использованием ресурсов ЭИОС КузГТУ. Примеры тестовых заданий по разделу 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями:

1. Основатели школы научного управления 1.
 - а) Л. Урвик
 - б) Э. Мэйо
 - в) Л. Гилбрет
 - г) Ф. Терблиг
1. Школа науки управления существовала в ... годах 1.
 - а) 1950-х – по настоящее время
 - б) 1940-х – по настоящее время
 - в) 1930-х – 1950-х
 - г) 1920-х –1950-х
3. Развитие принципов управления – это вклад в развитие управления школы 1.
 - а) научного управления
 - б) классической
 - в) человеческих отношений
 - г) науки управления
4. Автор, которому приписывается первоначальная разработка процессного подхода 1.
 - а) М. Вебер
 - б) Ф. Тейлор
 - в) М. П Фоллет
 - г) А. Файоль
5. Принципы управления А. Файоля 1.
 - а) дисциплина
 - б) демократический централизм
 - в) плюрализм
 - г) единоначалие

Примеры тестовых заданий по разделу 3 Основы маркетинга:

1. Цель маркетинговой разведывательной системы ...

1. предоставление сведений о конкурирующей компании в данный момент времени
 2. предоставление сведений о потребителях
 3. предоставление сведений о совокупности конкурентов
 4. предоставление сведений о ситуации на рынке в данный момент времени
2. Метод формирования выборки, представляющий всем элементам совокупности равный шанс войти в выборку, называется:
1. на основе квот
 2. формирование выборки в процессе обследования
 3. на основе суждений
 4. вероятностный
3. Процесс сбора данных, их обработка и подготовка отчета о результатах для принятия оперативных и стратегических решений в системе предпринимательства представляет собой...
1. маркетинговые информационные системы
 2. маркетинговое исследование
 3. информационный поток
 4. кабинетные исследования
4. Продуктом функционирования маркетинговой информационной системы фирмы является ...
1. результат финансовой деятельности фирмы
 2. база данных о состоянии маркетинговой среды фирмы и отчеты о маркетинговых исследованиях
 3. банк методов и моделей фирмы
 4. совокупность источников первичной и вторичной информации
5. Первичные данные представляют ...
1. первые поступления информации о продажах
 2. появление данных о «товаре-новинке»
 3. начальные данные о товарах и услугах
 4. информацию, собранную для конкретной цели впервые
6. По временному признаку в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования ...
1. объемов продаж
 2. ретроспективное
 3. прогнозное
 4. вторичное
7. Отличие панельного исследования от простого заключается в том, что оно проводится ...
1. на одной и той же выборке по разным темам
 2. по одной и той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени
 3. по одной и той же теме на разных выборках
 4. на разных выборках по разным темам
8. Под первичными данными следует понимать данные, которые ...
1. впервые опубликованы в средствах массовой информации
 2. вы получаете их первыми, например, из статуправления города
 3. имеются в текущей, внутренней отчетности только вашей фирмы
 4. ранее не существовали и вы их собираете впервые
9. Метод сбора «бюро вырезок по тематике заказчика» – это ...
1. контент-анализ
 2. эксперимент
 3. интервьюирование
 4. наблюдение
10. В практике маркетинга маркетинговые исследования являются инструментом, спомощью которого организация может ...

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2 Оценочные средства при промежуточной аттестации

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

Инструментом измерения сформированности компетенций являются:

- ответы на вопросы во время устного опроса по темам лекций;
- выполненный тест;
- вопросы на зачете.

На зачете обучающийся отвечает на 2 вопроса в письменной форме.

Вопросы к зачету по Менеджменту:

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

- М. Портера).
18. Типы стратегий развития бизнеса, их характеристика и условия выбора (по Стринкленду-Томпсону).
 19. Типы стратегий развития бизнеса. Характеристика инструмента выбора -матрица Ансоффа.
 20. Характеристика матрицы БКГ, ее достоинства и недостатки.
 21. Характеристика этапов реализации, управления и контроля за выполнением стратегии.
 22. Понятие полномочий и делегирование полномочий в организации.
 23. Механистические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
 24. Виды и характеристика дивизиональных структур, условия эффективного применения.
 25. Линейно-функциональная структура, условия эффективного применения.
 26. Органические организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
 27. Матричная организационная структура и ее характеристика.
 28. Сетевые организационные структуры, причины их появления, преимущества и трудности использования.
 29. Организационные структуры горизонтального типа, их виды: общие признаки и преимущества.
 30. Мотивационные основы управления. Сравнительный анализ различных теорий мотивации.
 31. Содержательные теории мотивации, их характеристика: теория иерархии потребностей А. Маслоу, двухфакторная теория Ф. Герцберга, теория приобретения потребностей Манкклелланда.
 32. Теории процесса мотивации, их характеристика: теория ожидания, теория справедливости, теория Портера - Лоулера.
 33. Современные методы мотивации персонала.
 34. Понятие контроля в организации. Принципы осуществления контроля.
 35. Характеристика этапов процесса контроля. Характеристика эффективного контроля.
 36. Понятие обновление организации. Виды, методы и предпосылки преобразований.
 37. Модель управление изменениями в организации. Характеристика этапов.
 38. Причины сопротивления организационным изменениям и методы устранения сопротивления.
 39. Понятие лидерства и руководства. Характеристика традиционных теорий лидерства. Характеристика новых подходов к лидерству.
 40. Конфликты в системе управления. Виды и причины конфликтов. Способы управления конфликтными ситуациями.
 41. Понятие власти. Типы и характеристика власти и влияния.
 42. Эффективные формы влияния на сотрудников.
 43. Социальная ответственность и этика менеджмента. Типы социального поведения организации.
 44. Понятие культуры организации, ее функции, содержание.

Вопросы к зачету по Маркетингу:

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

22. Товарный знак и его сущность. Особенности продвижения марочных товаров на рынок.
23. Упаковка и маркировка товаров.
24. Формирование ассортимента товаров и управление им.
25. Исследование товарных рынков.
26. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
27. Методика определения уровня качества и конкурентоспособности товара.
28. Товародвижение и каналы распределение товаров.
29. Основные элементы системы товародвижения, организация и управление товародвижением.
30. Оптовая и розничная формы торговли (характеристика, особенности).
31. Ценообразование в системе маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция.
32. Методы установления цен на товары.
33. Характеристика видов цен.
34. Система коммуникаций в маркетинге.
35. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
36. Стимулирование сбыта товаров.
37. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
38. Паблик рилейшенз (характеристика, особенности).
39. Выставки и ярмарки, как составляющие маркетинговых коммуникаций.
40. Особенности проведения рекламной компании методом "Direct Mail".
41. Характеристика основных мотивов поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей на рынке. Защита прав потребителей. Определение емкости рынка.
42. Управление маркетингом на предприятии.
43. Маркетинг услуг.
44. Планирование маркетинга.

Критерии оценивания при ответе на вопросы на зачете:

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

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

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

1. Текущий контроль успеваемости обучающихся, осуществляется в следующем порядке: в конце завершения освоения соответствующей темы обучающиеся, по распоряжению педагогического работника, убирают все личные вещи, электронные средства связи и печатные источники информации.

Для подготовки ответов на вопросы обучающиеся используют чистый лист бумаги любого размера и ручку. На листе бумаги обучающиеся указывают свои фамилию, имя, отчество (при наличии), номер учебной группы и дату проведения текущего контроля успеваемости.

Научно-педагогический работник устно задает два вопроса, которые обучающийся может записать на подготовленный для ответа лист бумаги.

В течение установленного научно-педагогическим работником времени обучающиеся письменно формулируют ответы на заданные вопросы. По истечении указанного времени листы бумаги с подготовленными ответами обучающиеся передают научно-педагогическому работнику для последующего оценивания результатов текущего контроля успеваемости.

При подготовке ответов на вопросы обучающимся запрещается использование любых электронных и печатных источников информации. В случае обнаружения научно-педагогическим работником факта использования обучающимся при подготовке ответов на вопросы указанные источники информации – оценка результатов текущего контроля соответствует 0 баллов и назначается дата повторного прохождения текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по результатам выполнения лабораторных и (или) практических работ осуществляется в форме отчета, который предоставляется научно-педагогическому работнику на бумажном и (или) электронном носителе. Научно-педагогический

работник, после проведения оценочных процедур, имеет право вернуть обучающемуся отчет для последующей корректировки с указанием перечня несоответствий. Обучающийся обязан устранить все указанные несоответствия и направить отчет научно-педагогическому работнику в срок, не превышающий трех учебных дней, следующих за днем проведения текущего контроля успеваемости.

Результаты текущего контроля доводятся до сведения обучающихся в течение трех учебных дней, следующих за днем проведения текущего контроля успеваемости.

Обучающиеся, которые не прошли текущий контроль успеваемости в установленные сроки, обязаны пройти его в срок до начала процедуры промежуточной аттестации по дисциплине в соответствии с расписанием промежуточной аттестации.

Результаты прохождения процедур текущего контроля успеваемости обучающихся учитываются при оценивании результатов промежуточной аттестации обучающихся.

2. Промежуточная аттестация обучающихся проводится после завершения обучения по дисциплине в семестре в соответствии с календарным учебным графиком и расписанием промежуточной аттестации.

Для успешного прохождения процедуры промежуточной аттестации по дисциплине обучающиеся должны:

1. получить положительные результаты по всем предусмотренным рабочей программой формам текущего контроля успеваемости;

2. получить положительные результаты аттестационного испытания.

Для успешного прохождения аттестационного испытания обучающийся в течение времени, установленного научно-педагогическим работником, осуществляет подготовку ответов на два вопроса, выбранных в случайном порядке.

Для подготовки ответов используется чистый лист бумаги и ручка.

На листе бумаги обучающиеся указывают свои фамилию, имя, отчество (при наличии), номер учебной группы и дату проведения аттестационного испытания.

При подготовке ответов на вопросы обучающимся запрещается использование любых электронных и печатных источников информации.

По истечении указанного времени, листы с подготовленными ответами на вопросы обучающиеся передают научно-педагогическому работнику для последующего оценивания результатов промежуточной аттестации.

В случае обнаружения научно-педагогическим работником факта использования обучающимся при подготовке ответов на вопросы указанные источники информации – оценка результатов промежуточной аттестации соответствует 0 баллов и назначается дата повторного прохождения аттестационного испытания.

Результаты промежуточной аттестации обучающихся размещаются в ЭИОС КузГТУ.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся могут быть организованы с использованием ЭИОС КузГТУ, порядок и формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при этом не меняется.

Оценочные средства для формирования компетенции УК – 2 в процессе освоения дисциплины (модуля)

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

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

1. Наиболее значимые с теоретической и практической точки зрения закономерности, свойства, стороны, отношения и процессы, связанные с организацией совместной деятельности людей и управлением ею для достижения поставленных целей - это:

- а) предмет менеджмента;
- б) объект менеджмента;
- в) субъект менеджмента;
- г) принцип менеджмента;
- д) нет верного ответа.

2. Систематизированный набор теоретически осмысленных и обоснованных практических рекомендаций для тех или иных конкретных ситуаций, возникающих в процессе управления различными типами организаций характеризует:

- а) стратегический раздел;
- б) концептуальный раздел;
- в) теоретический раздел;
- г) тактический раздел;
- д) нет верного ответа.

Ответ: г

3. Использование какой функции менеджмента обеспечивает распределение работников по рабочим местам?

- а) планирование;
- б) контроль;
- в) организация;
- г) мотивация;

Ответ: в

4. В какой из школ менеджмента были впервые выделены управленческие функции?

- а) школа науки управления или математическая школа управления;
- б) школа научного управления;
- в) школа человеческих отношений и школа поведенческих наук;
- г) административная или классическая школа управления.

Ответ: г

5. Термин «менеджер» не применяется к:

- а) руководителю организации в целом или ее структурных подразделений;
- б) руководителю по отношению к подчиненным;
- в) организатору конкретных видов работ в рамках отдельных структурных подразделений или программно-целевых групп;
- г) администратору любого уровня управления, который организует работу на основе современных методов;
- д) нет верного ответа.

Ответ: д

Оценочные средства для формирования компетенции УК – 3 в процессе освоения дисциплины (модуля)

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

Индикаторы достижения компетенции: использует коммуникативные навыки для построения максимально эффективного взаимодействия между членами трудового коллектива.

1. Термины «управление» и «менеджмент» характеризуются тем, что:

- а) являются синонимами;
- б) первый термин шире второго;
- в) второй термин шире первого;
- г) первый термин не применяется в рыночной экономике;
- д) нет верного ответа.

Ответ: а, б

2. Формировании групп работников управления, выполняющих одинаковые функции менеджмента соответствует:

- а) функциональному разделению труда;
- б) горизонтальному разделению труда;
- в) вертикальному разделению труда;
- г) технологическому разделению труда;
- д) профессионально-квалификационному разделению труда.

Ответ: а

3. В пятое издание РМВоК была добавлена новая область знаний:

- 1) коммуникации
- 2) поставки
- 3) заинтересованные стороны
- 4) человеческие ресурсы

Ответ: 3

4. Под человеческими ресурсами как области знаний понимаются процессы, которые:

- 1) позволяют производить выборки, отфильтровывание и группировку исключительно тех работ, которые будут необходимы руководителю проекта
- 2) предполагают распределение ролей и ответственности даже с учётом изменения в составе команды по ходу проекта
- 3) сводятся к приобретению необходимых услуг, продуктов, документов, результатов у внешних организаций
- 4) обеспечивают своевременное завершение проекта в указанные сроки

Ответ: 2

5. Контроль за выполнением производственных заданий осуществляют:

- а) менеджеры высшего звена;
- б) менеджеры низшего звена;
- в) менеджеры среднего звена;

Ответ: б, в

6. Рассмотрение менеджмента как искусство основывается на:

- а) необходимости принятия решений в условиях разнообразного сочетания внутренних и внешних факторов;
- б) структурировании любой социотехнической системы;
- в) выделении необходимых составляющих любой науки (функций, принципов, объекта, предмета и т.д.);
- г) рассмотрении его в пространстве и во времени;

7. Термин «менеджер» не применяется к:

- а) руководителю организации в целом или ее структурных подразделений;
- б) руководителю по отношению к подчиненным;
- в) организатору конкретных видов работ в рамках отдельных структурных подразделений или программно-целевых групп;
- г) администратору любого уровня управления, который организует работу на основе современных методов;

д) **нет верного ответа.**

8. Формировании групп работников управления, выполняющих одинаковые функции менеджмента соответствует:

- а) **функциональному разделению труда;**
- б) горизонтальному разделению труда;
- в) вертикальному разделению труда;
- г) технологическому разделению труда;
- д) профессионально-квалификационному разделению труда.

9. Контроль за выполнением производственных заданий осуществляют

- а) менеджеры высшего звена;
- б) **менеджеры низшего звена;**
- в) **менеджеры среднего звена;**

10. Основателем школы научного управления является:

- а) **Ф.Тейлор;**
- б) А.Файоль;
- в) Э.Мэйо;
- г) М.Вебер;
- д) нет верного ответа.

11. Согласно учениям административной школы управления для любой организации характерно наличие таких видов деятельности как:

- а) финансовая, управленческая и бухгалтерская;
- б) техническая, коммерческая и защитная;
- в) **юридическая, управленческая и бухгалтерская;**

12. Применение в менеджменте методов и аппарата точных наук характерно для:

- а) новой школы управления;
- б) **эмпирической школы управления;**
- в) школы социальных систем;
- г) теории 7 S;
- д) нет верного ответа.

13. Наиболее значимые с теоретической и практической точки зрения закономерности, свойства, стороны, отношения и процессы, связанные с организацией совместной деятельности людей и управлением ею для достижения поставленных целей - это:

- а) **предмет менеджмента;**
- б) объект менеджмента;
- в) субъект менеджмента;
- г) принцип менеджмента;
- д) нет верного ответа.

14. Систематизированный набор теоретически осмысленных и обоснованных практических рекомендаций для тех или иных конкретных ситуаций, возникающих в процессе управления различными типами организаций характеризует:

- а) стратегический раздел;
- б) **концептуальный раздел;**
- в) теоретический раздел;
- г) тактический раздел;
- д) нет верного ответа.

15. Функции управления подразделяются на:

- а) специальные и конкретные;
- в) **общие и комплексные;**
- г) универсальные и специальные.

Оценочные средства для формирования компетенции УК – 4 в процессе освоения дисциплины (модуля)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Индикаторы достижения компетенции: выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный.

1. В теории маркетинга личные продажи характеризуют следующими утверждениями...

- а) получение возможности диалога и обратной связи с покупателями;
- б) невысокие удельные затраты на одного потенциального покупателя;
- в) обеспечение избирательности и адаптивности к характеристикам покупателей;
- г) все ответы верны.

Ответ: г

2. Участники каналов сбыта должны осуществлять функции...

- а) сбора информации о реакции потребителей на товар;
- б) расчёта затрат на производство товара;
- в) стимулирования сбыта продукции;
- г) полного финансирования процесса продвижения товара.

Ответ: а, в

3. Основными формами коммуникаций в маркетинге являются:

- а) прямые продажи, реклама, PR, стимулирование сбыта;
- б) установление скидок, реклама;
- в) реклама, организация распродаж, прямые продажи;
- г) все ответы верны.

Ответ: а

4. Линейная система управления в организациях применяется для:

- а) предприятий большой размерности;
- б) предприятий средней размерности;
- в) предприятий со сложной технологией производства;
- г) небольших предприятий.

Ответ: г

5. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели – это

- а) работники;
- б) организация;
- в) формальная организация; г) неформальная организация.

Ответ: б

6. Какая из теорий менеджмента больше других опиралась на использовании личного опыта менеджеров?

- а) теория организационной культуры;
- б) количественная теория менеджмента;
- в) **ситуационная теория менеджмента;**
- г) теория массового обслуживания.

7. Какую основную задачу ставили и решали представители школы научного менеджмента?

- а) поддержание удовлетворительного социально-психологического климата в организации;
- б) развитие инновационного менеджмента;
- в) **максимальное увеличение производительности труда на рабочем месте;**
- г) определение функций и принципов эффективного менеджмента

8. Что выступает связующим звеном всех управленческих функций (планирование, организация, мотивация, контроль):

- а) **управленческое решение;**
- б) коммуникация;
- в) экономические методы;
- г) оперативное управление..

9. Одной из основных функций менеджмента является:

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

10. Конкретные конечные результаты, которые хотела бы достичь организация - это:

- а) цели;
- б) **миссия;**
- в) стратегия;
- г) тактика деятельности организации.

11. Кто был основоположником административной школы менеджмента?

- а) Гилбрет;
- б) Маслоу;
- в) Тейлор;
- г) **Файоль.**

12. Объектом менеджмента является

- а) **организация;**

- б) персонал;
- в) руководитель;
- г) целевой сегмент.

13. Что не относится к видам менеджмента

- а) генеральный;
- б) функциональный;
- в) стратегический;
- г) **нет верного ответа.**

14. . Предусматривает разработку тактических мероприятий, направленных на практическую реализацию принятых стратегий развития организации

- а) стратегический менеджмент;
- б) функциональный менеджмент;
- в) **оперативный менеджмент;**
- г) нормативный менеджмент.

15. Определяют устойчивый состав специфических видов управленческой деятельности, характеризующихся однородностью целей и действий- это _____

Ответ: функции менеджмента.

16. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели – это _____

Ответ: организация.

17. Принцип иерархической упорядоченности в менеджменте предполагает:

- а) необходимость рассмотрения организации как целостной социально-экономической системы;
- б) **уровень дифференциации процессов управления в организации;**
- в) приоритет целевой стратегической ориентации организации;
- г) необходимость использования научного подхода, методов и инструментов менеджмента для обоснования управленческого решения

18. Школа научного управления в менеджменте возникла в эпоху

- а) **промышленного переворота;**
- б) массового производства;
- в) массового сбыта;
- г) постиндустриального общества.

19. Понятия разделения труда, единоначалия, централизации и порядка были разработаны представителями

- а) школы научного управления;
- б) школы человеческих отношений;
- в) **классическая школы;**
- г) школы ситуационного подхода.

20. В период массового сбыта возникла :

- а) школа научного управления;
- б) **школа человеческих отношений;**
- в) классическая школа;
- г) школа ситуационного подхода.

Оценочные средства для формирования компетенции УК – 6 в процессе освоения дисциплины (модуля)

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

Индикаторы достижения компетенции: Постоянно повышает уровень своей квалификации, занимается самообразованием

1. Представители какой школы утверждали, что настроение человека определяет его поведение в большей степени, чем деньги, а группы влияют на поведение индивида настолько существенно, что это даже заставляет менеджеров признавать тот факт, что деловые фирмы - фактически больше, чем просто экономические институты, они - социальные организационные структуры с человеческими личностями, и ними следует управлять соответствующим образом а) школы научного управления;

б) школы человеческих отношений;

в) классическая школы;

г) школы ситуационного подхода.

Ответ: б

2. Самоменеджмент — это _____ базовыми ресурсами личности.

Ответ: управление

3. Управление собственным временем, активностью, платежеспособностью, образованностью_ это _____

Ответ: самоменеджмент

4. Максимальное использование собственных возможностей, сознательное управление течением своей жизни (самоопределение) и преодоление внешних обстоятельств как на работе, так и в личной жизни -это _____ самоменеджмента.

Ответ: цель.

5.Каковы общие методы управления?

а) воспроизводственные и маркетинговые;

б) законодательные и нормативные.

в) **административные, экономические и социально-психологические;**

г) сетевые и балансовые.

6. Руководитель демократического стиля руководства.

а) Не терпит критики;

б) **Коллегиально решает проблемы коллектива;**

в) Избегает конфликтов;

г) Ждет указаний сверху.

7. Выполнение работы с меньшими расходами; улучшение организации и результатов труда; уменьшение спешки и стресса; получение большего удовольствия от работы, большая мотивация труда - это _____ самоменеджмента.

Ответ: преимущества.

8. Представители какой школы утверждали, что настроение человека определяет его поведение в большей степени, чем деньги, а группы влияют на поведение индивида настолько существенно, что это даже заставляет менеджеров признавать тот факт, что деловые фирмы - фактически больше, чем просто экономические институты, они - социальные организационные структуры с человеческими личностями, и ними следует управлять соответствующим образом

Ответ: **школы человеческих отношений;**

9. Лидерство в теориименеджмента можно определить как...

а) победу в конфликте

б) условия функционирования организации

в) размер заработной платы руководителя

г) **способность оказывать влияние на личность и группы людей**

10. На практике под термином лидерство чаще всего подразумевают лидерство

а) неформальное;

б) формальное;

- в) деструктивное;
- г) **харизматическое.**

11. Атрибутом авторитарного стиля управления является _____

Ответ: **директивность.**

12. Какими важнейшими чертами характера должен обладать руководитель?

- а) целеустремленность;
- б) решительность;
- в) настойчивость;
- г) инициативность;
- д) **все ответы верны.**

13. Какие существуют типы лидеров?

- а) лидеры-организаторы;
- б) лидеры-инициаторы;
- в) лидеры-эрудиты;
- г) **все ответы верны.**

14. Какие существуют типы лидеров?

- а) лидеры-организаторы;
- б) лидеры-инициаторы;
- в) лидеры-эрудиты;
- г) **все ответы верны.**

15. Каково обязательное условие лидерства?

- а) умение побеждать в спорах;
- б) **обладание властью в конкретных формальных или неформальных организациях;**
- в) физическая сила;
- г) ум и выдающиеся способности;
- д) ни одно из указанных условий.

16. Какой личный стиль лидера оказывает наиболее благоприятное влияние на отношения с группой?

Ответ: **демократический;**

- в) силовой;
- г) **прагматический.**

17. Что означает понятие «интегративная функция» в теории лидерства?

- а) делегирование полномочий;
- б) подчинение коллектива;
- в) **сплочение единомышленников, окружения вокруг программы лидера;**
- г) умение решать организационные проблемы.

18. Чем характеризуется авторитарный режим управления?

- а) менеджер имеет полную власть;
- б) менеджер сохраняет за собой право на любые чрезвычайные полномочия;
- в) подчиненные полностью и безоговорочно зависимы от своего руководителя;
- г) подчиненные не имеют возможности высказать свое мнение;
- д) **все ответы верны.**

19. Чем характеризуется демократический режим управления?

- а) **подчиненные осуществляют контроль над методами управления;**
- б) руководитель сохраняет за собой право на все решения;
- в) сотрудники во всём и полностью зависимы от своего руководителя;
- г) подчиненные не имеют возможности высказать свое мнение;
- д) менеджер не имеет никаких преград для использования власти.

20. Что не типично для режима слабого, безынициативного руководства?

- а) лидер/менеджер не обладает реальной властью;
- б) подчиненные имеют больше власти, чем руководитель;
- в) нет четко определенных целей деятельности на рабочих местах;
- г) **подчиненные не имеют возможности высказать свое мнение руководителю.**

Оценочные средства для формирования компетенции ОПК – 4 в процессе освоения дисциплины (модуля)

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

Индикаторы достижения компетенции: знает достаточное количество стандартов, норм и правил технической документации, связанной с профессиональной деятельностью.

1. Базовыми принципами MSF являются:

- 1) повторное использование программных компонентов
- 2) поощрение свободного общения внутри проекта
- 3) единое видение проекта
- 4) прототипирование и пользовательское тестирование конструкций.

Ответ: 2, 3

2. В функциональных структурах задания членам команды проекта выдаются

- 1) через руководителей соответствующих подразделений, которые занимаются координацией работы своих сотрудников, а персонал группируется по своей специализации
- 2) через персонал организации
- 3) через руководителей соответствующих подразделений и персонал одновременно

Ответ: 1

3. Схема, по которой сотрудники, отделы и подразделения взаимодействуют между собой называется _____ структура предприятия.

Ответ: организационная

4. Основная задача функциональной структуры предприятия или организации – это _____ деятельности ее сотрудников.

Ответ: организация

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

- 1) концепции социально-этичного маркетинга;
- 2) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- 3) концепции совершенствования производства;
- 4) концепции совершенствования товара
- 5) концепции маркетинга.

Ответ 4.

Оценочные средства для формирования компетенции ОПК – 9 в процессе освоения дисциплины (модуля)

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

Индикаторы достижения компетенции: знает достаточное количество стандартов, норм и правил технической документации, связанной с профессиональной деятельностью.

1. Развитие принципов управления – это вклад в развитие управления школы

- 1) научного управления
- 2) классической

3) человеческих отношений

4) науки управления

Ответ: 1

2. Назовите основателя школы научного управления

Ответ: Фредерик Уинслоу Тейлор

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

1. на основе квот

2. формирование выборки в процессе обследования

3. на основе суждений

4. вероятностный

Ответ: 4

4. Первичные данные представляют собой _____

1. первые поступления информации о продажах

2. появление данных о «товаре-новинке»

3. начальные данные о товарах и услугах

4. информацию, собранную для конкретной цели впервые

Ответ: 4

5. Под первичными данными следует понимать данные, которые _____

1. впервые опубликованы в средствах массовой информации

2. вы получаете их первыми, например, из статуправления города

3. имеются в текущей, внутренней отчетности только вашей фирмы

4. ранее не существовали и вы их собираете впервые

Ответ: 4

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

1. контент-анализ

2. эксперимент

3. интервьюирование

4. наблюдение

Ответ: 1

7. Деятельность, связанная с организацией контроля и анализа финансовых ресурсов фирмы на основе бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности, называется:

1) производственной

2) маркетинговой

3) кадровой

4) финансовой

Ответ: 4

8. Кроме вспомогательных бизнес-процессов в методологии IDEFO выделяют:

1) основные бизнес-процессы

2) бизнес-процессы согласования

3) бизнес-процессы управления

4) бизнес-процессы развития -:

5) дополнительные бизнес-процессы

Ответ: 1, 3, 4

9. Функциональная модель IDEFO представляет собой набор блоков, каждый из которых

представляет собой:

- 1) темный ящик»
- 2) белый ящик
- 3) серый ящик
- 4) черный ящик

Ответ: 4

10. В функциональной структуре к основным трудностям, которые возникают при запуске проекта, требующем привлечения исполнителей из разных подразделений, не относят:

- 1) отсутствие координации между участниками одного проекта, которые представляют разные подразделения в иерархии функциональной структуры
- 2) отсутствие мотивации взаимодействовать с другими участниками -:конфликт интересов, когда нужды проекта требуют проведения одной операции, а повседневные рабочие нужды – противоположной,
- 3) конфликт ресурсов, когда, например, на два разных задания отводится одно и то же время исполнителя

Ответ: 2

11. При принятии управленческих решений учитывает важнейшие взаимосвязанные и взаимозависимые факторы внешней и внутренней среды организации — технологические, экономические, экологические, организационные, демографические, социальные, психологические, политические и др.

- а) Интеграционный подход
- б) Маркетинговый подход
- в) Функциональный подход
- г) **Комплексный подход**
- д) Динамический подход

12. Интеграционный подход к менеджменту нацелен на исследование и усиление взаимосвязей между:

- а) отдельными подсистемами и элементами системы менеджмента;
- б) стадиями жизненного цикла объекта управления;
- в) уровнями управления по вертикали;
- г) уровнями управления по горизонтали;
- д) **все ответы верны.**

13. Данный подход к управлению предусматривает экономию ресурсов у потребителя за счет повышения качества, экономию ресурсов в производстве за счет факторов масштаба производства, научно-технического прогресса (НТП), а также применение системы менеджмента

- а) Интеграционный подход
- б) **Маркетинговый подход**
- в) Функциональный подход
- г) Комплексный подход

14. Данный подход к управлению позволяет руководителям определять и управлять ключевыми процессами и результатами деятельности компании, действительно создающими добавленную стоимость; а также интегрировать часто разрозненные действия функциональных департаментов и направлять их усилия на единый результат

- а) Интеграционный подход
- б) Маркетинговый подход

в) Нормативный подход

г) **Процессный подход**

15. Идея данного подхода состоит в том, что организация представляет из себя совокупность определенных блоков (элементов), тесно связанных между собой. Следовательно, изменение одного элемента (внесении изменений в этот элемент) приводит к необходимости изменений в других блоках модели. Это описание _____ подхода.

Ответ: процессного.

16. Суть данного подхода: управление рассматривается как: «постановка целей - планирование-организация работ - мотивация - контроль». Разработка процесса -- алгоритма управления организацией, ставится на первый план.

а) Интеграционный подход

б) Маркетинговый подход

в) Функциональный подход

г) **Процессный подход**

17. Определение факторов внешнего и внутреннего воздействия, прямого и косвенного влияния, при этом степень их влияния определяется сферой деятельности и внутренними возможностями организации – это проявление _____ подхода.

Ответ: ситуационного.

18. При данном подходе менеджеры рассматривают только те факторы, которые оказывают воздействие в каждом конкретном случае.

а) Административный

б) Поведенческий подход

в) **Ситуационный подход**

г) Системный подход

19. Данный подход основывается, прежде всего, на методах налаживания межличностных отношений, стремится в большей степени оказать помощь работнику в осознании своих собственных возможностей. Основной целью является повышение эффективности организации за счет повышения эффективности человеческих ресурсов, полного использования потенциала каждого работника.

а) Функциональный подход

б) Комплексный подход

в) Динамический подход

г) **Поведенческий подход**

20. При данном подходе объект управления рассматривается в развитии, причинно-следственных связях и соподчиненности, производится ретроспективный анализ за пять и более лет и перспективный анализ (прогноз).

а) Интеграционный подход

б) Маркетинговый подход

в) Функциональный подход

г) **Динамический подход**