

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Раиса Амиржановна

Должность: Директор

Дата подписания: 20.07.2023 15:43:41

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced4a4ee17b7e94cbe1968a46b39494c

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01

Филология

Версия документа - 1

стр. 1 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Р.А. Тюлегенова Р.А. Тюлегенова

25.05.2023 г.

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки (специальность)

45.03.01 Филология

Направленность (профиль)

Преподавание русского языка и литературы

Присваиваемая квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2023

Костанай 2023



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология

Версия документа - 1

стр. 2 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики

Протокол заседания № 9 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

Г.В. Панина

Автор (составитель) _____
экономики, кандидат экономических наук

Баранова Н.А., профессор кафедры



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 3 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 45.03.01 Филология

Направленность (профиль) Преподавание русского языка и литературы

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг

Триместры изучения: 7, 8

Форма (формы) промежуточной аттестации: зачет, экзамен

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
ОПК-1м	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1м.1 Применяет знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> содержание экономических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для осуществления профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> изучать и исследовать экономические, организационные и управленческие процессы и явления, происходящие в профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> базовыми категориями экономических, организационных и управленческих теорий, их источниками
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> динамику и закономерности экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> оперировать различными компонентами экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач. <i>Владеть:</i> навыками анализа реальных экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности.
			<i>Высокий</i>	<i>Знать:</i> историю появления и тенденции



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 4 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			<i>уровень</i>	развития экономических, организационных и управленческих теорий и их роль в системе сложившихся экономических отношений. <i>Уметь:</i> анализировать взаимосвязи и взаимозависимости между экономическими, организационными и управленческими процессами и явлениями, происходящими в профессиональной деятельности, с целью её развития и совершенствования. <i>Владеть:</i> навыками оценки целесообразности применения знаний экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач.
		ОПК-1м.2 Формулирует профессиональные задачи, используя понятийно-категориальный экономической, организационной и управленческой теории	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> общие и фундаментальные понятия, являющиеся результатом анализа окружающей экономической действительности и составляющие основу решений профессиональных задач. <i>Уметь:</i> обосновывать и аргументировать применение в процессе формулировки профессиональных задач различных компонентов экономических, организационных и управленческих теорий. <i>Владеть:</i> понятийно-категориальным аппаратом экономической, организационной и управленческой теории и использует его для формулировки профессиональных задач
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> ключевые связи формулировки конкретной профессиональной задачи с общим понятийно-категориальным аппаратом экономической, организационной и управленческой теории. <i>Уметь:</i> применять действующий понятийно-категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории для формулировки профессиональных задач в рамках единых теоретико-методологических принципов. <i>Владеть:</i> навыками применения аналитического инструментария экономической, организационной и управленческой теории для формулировки профессиональных задач, выявления причинно-следственных



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология

Версия документа - 1

стр. 5 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

				связей и оптимизации деятельности объекта профессиональной деятельности.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> алгоритмизированную процедуру формулировки профессиональных задач по специфическим заданным правилам и критериям, применимым к объекту профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> используя базовые понятия и категории, преобразовать содержание профессиональных задач для обеспечения достижения искомого результата. <i>Владеть:</i> навыками самостоятельного теоретического обобщения экономической, организационной и управленческой практики как важнейшего инструмента формулировки профессиональных задач.
		ОПК-1м.3 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для выполнения конкретных профессиональных задач	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> способы выполнения конкретных профессиональных задач, охватывающих основные трудовые действия, входящие в профессиональную деятельность. <i>Уметь:</i> использовать инструменты экономических, организационных и управленческих теорий при выполнении конкретных задач в рамках профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе базовых закономерностей экономических, организационных и управленческих теорий
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> механизмы выполнения конкретных профессиональных задач, представленные в экономических, организационных и управленческих теориях <i>Уметь:</i> использовать инструменты экономических, организационных и управленческих теорий для повышения эффективности профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе обобщения и критического анализа экономических, организационных и управленческих теорий.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> системообразующие элементы категориально-теоретической базы,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 6 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

				применимые для построения моделей выполнения конкретных профессиональных задач. <i>Уметь:</i> выбор среди существующих концептуальных подходов к выполнению конкретной профессиональной задачи. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе инновационного подхода к инструментам экономических, организационных и управленческих теорий.
ОПК-3м	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учётом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3м.1 Описывает и/или интерпретирует проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> Знает профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений <i>Уметь:</i> проводить организационную диагностику и формулировать проблемы организации <i>Владеть:</i> методами диагностики организационных проблем
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> причины возникновения организационных проблем <i>Уметь:</i> анализировать результаты проблемных ситуаций организации для формирования и принятия организационно-управленческих решений <i>Владеть:</i> навыками диагностики причин возникновения организационных проблем
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> современные подходы к исследованию проблем управления организациями <i>Уметь:</i> интерпретировать проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления <i>Владеть:</i> навыками определения всего комплекса организационных проблем и выявления причин их возникновения.
		ОПК-3м.2 Разрабатывает, обосновывает эффективность, содействует реализации организационно-управленческих решений на основе анализа результатов ор-	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> содержание и виды организационно-управленческих решений, процесс их разработки, обоснования и реализации <i>Уметь:</i> воспринимать и анализировать информацию о состоянии организационной среды, необходимую для принятия и последующей реализации обоснованного управленческого решения <i>Владеть:</i> навыками разработки организационно-управленческих решений на



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 7 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ганизационной среды с учетом их социальной значимости		основе анализа результатов организационной среды
			<i>Продвину- тый уро- вень</i>	<i>Знать:</i> методы разработки и обоснования организационно-управленческих решений в различных ситуациях <i>Уметь:</i> разрабатывать различные варианты организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды и с учётом их социальной значимости, осуществлять выбор и нести за него ответственность <i>Владеть:</i> навыками принятия и обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> критерии выбора оптимальных организационно-управленческих решений и способы их реализации <i>Уметь:</i> оценивать возможные варианты решения проблемы на основе анализа результатов организационной среды, сравнивая достоинства и недостатки каждой альтернативы <i>Владеть:</i> навыками реализации и содействия реализации организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды с учетом их социальной значимости
		ОПК-3м.3 Оценивает ожидаемые результаты и/или последствия реализации организационно-управленческих решений с точки зрения их социальной значимости	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> теоретические основы оценки результатов реализации организационно-управленческих решений <i>Уметь:</i> использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе оценки результатов реализации организационно-управленческих решений. <i>Владеть:</i> методами анализа результатов проблемных ситуаций в организации
			<i>Продвину- тый уро- вень</i>	<i>Знать:</i> принципы и методы оценки результатов реализации организационно-управленческих решений <i>Уметь:</i> проводить аудит процесса принятия организационно-управленческих решений, его эффективности, результативности и оптимальности <i>Владеть:</i> навыками оценки ожидаемых результатов реализации



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 8 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

				организационно-управленческих решений
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> формы и стимулирующие механизмы ответственности за результаты принятых организационно-управленческих решений в различных, в том числе и в нестандартных ситуациях <i>Уметь:</i> оценивать последствия организационно-управленческих решений и нести за них ответственность. <i>Владеть:</i> информационными коммуникационно-техническими средствами оценки ожидаемых результатов реализации организационно-управленческих решений

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего и рубежного контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Введение в менеджмент	Устный опрос Практическая работа (тестовые задания и практические упражнения) Конспект Тестирование	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 1-3, практическое задание №1**)
2	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Специфика менеджмента в России	Устный опрос Презентационный доклад Конспект Тестирование	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 4-7, практическое задание №1**)
3	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Понятие и сущность функций менеджмента	Устный опрос Практическая работа (тестовые задания и практические упражнения) Конспект с составленной матрицей SWOT-анализа Тестирование	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 8-10, практическое задание №1**)
4	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2	Особенности управления	Устный опрос Защита мини-проекта	Комплексная письменная работа



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 9 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	предприятием в современных условиях	Конспект Тестирование	(тестовые задания № 11-14, практическое задание №1**)
5	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Теоретические основы и концепции маркетинга	Кейс-задания Практические задания (в рамках СРС) Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 15-18, практическое задание №2**)
6	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Поведение потребителей	Презентационный доклад Практические задания (в рамках СРС) Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 19-22, практическое задание №2**)
7	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Сегментирование рынка	Практическая работа (тестовые задания и практические упражнения) Практические задания (в рамках СРС) Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 23-26, практическое задание №2**)
8	ОПК-1м.1 ОПК-1м.2 ОПК-1м.3 ОПК-3м.1 ОПК-3м.2 ОПК-3м.3	Комплекс маркетинга	Практическая работа (тестовые задания и практические упражнения) Практические задания (в рамках СРС) Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа (тестовые задания № 27-30, практическое задание №2**)

** Комплексная письменная работа разработана в нескольких вариантах, каждый из которых содержит два практических задания по указанным темам

3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тестовые и практические задания).

3.2.1 Перечень примерных тестовых заданий для комплексной письменной работы на зачет

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов (полужирным шрифтом – верные варианты)
Введение в менеджмент		
1	В теории и практике менеджмента к объектам управления на производстве можно отнести:	А) Работников цеха. В) Специалистов банка-кредитора. С) Качество продукции.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология


Версия документа - 1

стр. 10 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		D) Информационные процессы в экономике. E) Все ответы верны.
2	В теории и практике менеджмента к факторам внешней среды прямого воздействия организации относятся...	A) Конкуренты. B) Поставщики. C) Социо-культурные факторы. D) Информационные процессы в экономике. E) Все ответы верны.
Специфика менеджмента в России		
1	Эмерджентность как свойство современных управленческих систем означает:	A) Качество, свойство системы, которое не присуще ее элементам в отдельности, а возникает благодаря объединению этих элементов в единую целостную систему. B) Свойство системы как особой формы с целями и ценностями разработавших ее авторов. C) Наличие у системы окружения не являющегося частью системы, но оказывающего на нее влияния. D) Возможность отличать свойство системы от других. E) Все ответы верны.
2	Японскую модель менеджмента характеризуют такие принципы управления как:	A) Строгая формализация структуры управления. B) Ориентация на индивидуальные навыки и инициативу. C) Гарантия занятости и создание обстановки доверительности. D) Управление ориентированное на качество. E) Все ответы верны.
Понятие и сущность функций менеджмента		
1	Обособленные направления управленческой деятельности, отличающиеся по направлениям и объемам управленческого труда, а также срокам их выполнения, это	A) Операции и процедуры. B) Функции управления. C) Способы выполнения управленческих работ. D) Обязанности управленческих работников. E) Методы управления.
2	Определение того, как организация будет вести себя в своей рыночной нише, оценка тенденций, которые наблюдаются в окружении организации, попытка определения вероятного поведения конкурентов, выявление основополагающих составляющих организации в долгосрочной перспективе – основные задачи:	A) Предвидения. B) Организации. C) Проектирования. D) Стратегического планирования. E) Экстраполяции.
Особенности управления предприятием в современных условиях		
1	Фаза усталости в продолжение рабочего дня специалиста или руководителя характеризуется ...	A) Устойчивой трудоспособностью. B) Отказом от целенаправленной деятельности. C) Рассеиванием внимания. D) Замедлением движений. E) Все ответы верны.
2	Фирменный стиль организации включает...	A) Цветовую гамму. B) Обычаи. C) Эмблему. D) Ритуалы. E) Все ответы верны.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 11 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3.2.2 Перечень примерных тестовых заданий для комплексной письменной работы на экзамен

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов (полужирным шрифтом – верные варианты)
Теоретические основы и концепции маркетинга		
1	Реализуя маркетинг, предприятие:	А) Изучает рынок. В) Проводит рекламу. С) Обеспечивает доставку необходимых товаров в определенное место и приемлемое время. Д) Направляет свою деятельность на удовлетворение нужд и потребностей покупателей и потребителей. Е) Разрабатывает товары.
2	Рынок товара, на котором существует его постоянный дефицит и покупателю приходится прилагать дополнительные усилия по приобретению данного товара, принято считать:	А) Дефицитным рынком. В) Рынком продавца. С) Рынком конкурента. D) Рынком покупателя. Е) Рынком поставщика.
3	Определяющим, что заставляет человека искать пути и способы удовлетворения его потребностей, является:	А) Экономическое положение. В) Культура. С) Мотивация. D) Семья. Е) Социальный статус.
Поведение потребителей		
1	Моряк после крушения парохода и нескольких дней скитаний, голодный и уставший, оказался с толстым кошельком в цветущем городе. Он в первую очередь:	А) Купит понравившуюся картину. В) Снимет номер в гостинице. С) Посетит ресторан. D) Влюбится во встретившуюся красивую девушку. Е) Купит подарок.
2	Согласно одной из теорий мотивации удовлетворения наших потребностей, существует утверждение о том, что человек не в состоянии полностью понять мотивы своих действий. Такая точка зрения принадлежит:	А) Абдрахаму Маслоу. В) Зигмунду Фрейд. С) Фредерику Герцбергу. D) Максу Веберу. Е) Фредерику Уинслоу Тейлору.
3	Большинство людей следуют сложной схеме принятия решения о покупке, приобретая:	А) Новый сорт хлеба. В) Новый вид туалетной бумаги. С) Новый телевизор. D) Новую марку зубной пасты. Е) Новую зубную щетку.
Сегментирование рынка		
1	Провести сегментирование рынка – это значит:	А) Выделить отдельные группы потребителей в соответствии со сформировавшимся спросом. В) Изучить поведение потребителей, заинтересованных в определенных товарах и услугах. С) Разделить рынок на отдельные группы



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология


Версия документа - 1

стр. 12 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____


		потребителей. D) Выделить отдельные группы покупателей, для каждой из которых может быть предложен соответствующий товар или комплекс маркетинга. E) Разделить товары на отдельные группы.
2	Малое швейное предприятие, скорее всего, будет использовать:	A) Дифференцированный маркетинг. B) Недифференцированный маркетинг. C) Концентрированный маркетинг. D) Массовый маркетинг. E) Стандартный маркетинг.
3	Провести позиционирование товара на рынке – это означает:	A) Определить место данного товара на соответствующем сегменте с точки зрения его конкурентоспособности. B) Установить возможный объем продаж товара. C) Выявить отношение потенциальных покупателей к данному товару. D) Установить группу потребителей, для которых может быть предназначен данный товар. E) Установить возможный объем производства товаров.
Комплекс маркетинга		
1	Товары повседневного спроса характеризуются:	A) Распространением через сеть специальных магазинов. B) Отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом. C) Продажей по высоким ценам. D) Распространением только для отдельных категорий покупателей. E) Распространением через бутики.
2	Нижняя граница цены определяется:	A) Величиной прибыли. B) Ценами товаров конкурентов. C) Целями ценообразования. D) Издержками предприятия на изготовление и реализацию товара. E) Потребительским спросом на данный товар.
3	Продажа товара через оптовика рекомендуется, когда:	A) Имеется конкуренция на рынке потребителя. B) Велика разница между продажной ценой и себестоимостью. C) Даже поставка крупных партий товара оптовика не позволяет добиться сокращения транспортных расходов. D) Средств для организации мощной сбытовой сети у производителя не хватает. E) Маленькая разница между продажной ценой и себестоимостью.
4	Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке, называется:	A) Рекламой. B) Связями с общественностью. C) Спонсорингом. D) Личной продажей. E) Продукт-плейсментом.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 13 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3.2.3 Перечень примерных практических заданий для комплексной письменной работы (зачета и экзамена)

Практическое задание 1. Небольшая компания по продаже автомобилей имеет несколько торговых площадок в разных районах Москвы. На одной из таких площадок работает коллектив из 35 человек, большая часть которых – продавцы. Коллектив сплочен, дружен, в нем хорошо развиты неформальные контакты, иногда переходящие в панибратские отношения. Продавцы часто подменяют друг друга, не ставя руководство в известность, используется «скользящий» график работы. Такой режим работы создает определенные сложности для отдела кадров при ведении табельного учета, учета отработанного времени. Все работники – специалисты высокой квалификации, «гении продаж», у каждого есть свои подходы к клиентам. Терехов – «клоун-весельчак», может найти общий язык с любым молодым человеком (до 30 лет), ведет свободный образ жизни. Васильев – «педант», запросто общается с самыми дотошными и занудливыми клиентами, поскольку спокоен и доброжелателен. Павленко лучше всех умеет продавать машины покупательницам-женщинам. Бекетов – «ас продаж» – может работать с любым клиентом, и редко когда клиенты уходили от него без покупки. Этот коллектив, применяя свои нестандартные приемы продаж и подходы к работе, обеспечивал самый высокий уровень продаж среди всех площадок фирмы. Неожиданно в этом коллективе происходит кража. Сомнений нет – кто-то из своих. Руководство компании, разобравшись с ситуацией, выявило виновного (им оказался новенький продавец) и уволило руководителя площадки, который придерживался либерального стиля управления. Остро встал вопрос о новом руководителе. Бекетов, которому предложили эту должность, отказался, мотивируя свой отказ тем, что «его стихия – продажи, а не возня с бумажками».

Руководство фирмы решило подобрать более жесткого руководителя, с тем чтобы ввести работу площадки в более организованные рамки, устранить панибратство, повысить дисциплину. Руководителем был назначен Завадский. Завадский – хороший специалист, менеджер по продажам со стажем работы, имеет также навыки руководящей работы, но он «со стороны». В работе Завадский придерживается формальных правил, наводит порядок с дисциплиной, рабочим расписанием, пытается внедрить приемы продаж, принятые во всем мире, но не использовавшиеся на этой площадке ранее, не поощряет неформальные контакты. Бекетов стал отстаивать приемы, принятые в данном коллективе продавцов, на что Завадский пригрозил ему увольнением. Новый начальник не стал посещать традиционно устраиваемые «торжества», утверждая, что ему не нравятся шумные сборища. Коллектив начинает лихорадить: социально-психологический климат испортился, работа ухудшилась. Через два месяца Завадский допустил ошибку, причиной которой было отсутствие у него опыта работы на данном месте. Любой опытный продавец мог бы указать на возможность такой ошибки заранее (по крайней мере, Бекетов), но все молчали и тихо посмеивались. Когда Завадский узнал об этом, он пошел к вышестоящему начальству, обвинил Бекетова и потребовал его увольнения.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 14 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Определите, что послужило истинной причиной сложившейся ситуации. Определите, какие нормы, принятые в коллективе, были нарушены Завадским. Разработайте систему мер воздействия на коллектив продавцов со стороны Завадского. Спрогнозируйте последствия принятия предлагаемых мер на ближайший год.

Практическое задание 2. Охарактеризуйте особенности и специфику российской модели менеджмента. Найдите сходства и различия российской модели относительно японской, американской и западноевропейской. Определите перспективы развития теории и практики менеджмента

Практическое задание 3. Предприятие «Керамин» является одним из крупнейших предприятий Европы по производству керамических изделий и строительных материалов. Предприятие изготавливает:

- плитки керамические для внутренней облицовки стен – 152 разновидности;
- плитки керамические для полов – 64 разновидности;
- плитки для полов «Грес» – 4 разновидности;
- плитки фризковые – 50 разновидностей;
- санитарные керамические изделия – 147 разновидностей;
- кирпич керамический – 6 разновидностей;
- наборы образцов для каминов – 28 разновидностей;
- декоративные изделия – 8 разновидностей.

Определите широту товарного ассортимента, его глубину, насыщенность, а также оцените, насколько гармоничным является товарный ассортимент предприятия «Керамин» с точки зрения потребителей или с учетом других факторов.

Решение:

1. Под широтой товарного ассортимента предприятия понимается общая численность ассортиментных групп товаров, выпускаемых или реализуемых им. Широта товарного ассортимента предприятия «Керамин» составляет четыре ассортиментные группы (керамическая плитка, изделия санитарной керамики, керамический кирпич, декоративные изделия).

2. Под глубиной товарного ассортимента предприятия имеют в виду варианты предложений каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы.

Глубина керамической плитки: $152+64+4+50+28=298$ разновидностей.


Глубина изделий санитарной керамики – 147 разновидностей.

Глубина керамического кирпича – 6 разновидностей.

Глубина декоративных изделий – 8 разновидностей.

3. Под насыщенностью товарного ассортимента предприятия понимается общее число составляющих ее отдельных товаров. Насыщенность товарного ассортимента предприятия «Керамин» составляет $152+64+4+50+147+6+28+8=459$ разновидностей

4. Под гармоничностью товарного ассортимента предприятия подразумевают степень близости между товарами различных ассортиментных групп с точки зрения их конечного использования, требований к организации производства, каналов распределения или каких-то иных показателей. Между товарами различных ассортиментных групп предприятия

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 15 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

«Керамин» с точки зрения их конечного использования, требований к организации производства, каналов распределения имеется близость. Ассортиментные группы товаров предприятия гармоничны по ряду показателей.

Вывод: рассчитанные четыре характеристики товарного ассортимента могут помочь предприятию «Керамин» определить свою товарную политику. Предприятие может расширить свою деятельность четырьмя способами:

- за счет включения в свой товарный ассортимент новых ассортиментных групп;
- может увеличить насыщенность уже существующих ассортиментных групп товаров, приблизившись к положению предприятия с исчерпывающим ассортиментом;
- предложить больше вариантов каждого из имеющихся товаров, т.е. углубить свой товарный ассортимент;
- в зависимости от того, стремится ли предприятие к завоеванию прочной репутации в какой-то одной сфере или действовать сразу в нескольких сферах, оно может целенаправленно добиваться большей или, наоборот, меньшей гармоничности между товарами различных ассортиментных групп.

Практическое задание 4. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка.

В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы – на 5 %.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 4%, объем продаж – 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 11%, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 12%. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1 млн. шт.

Определить объем продаж фирмы в следующем году при вышеуказанных условиях.

Решение:

Объем продаж в следующем году в первом сегменте составит:

1. Находим долю рынка в этом сегменте в прошлом году: $54 \text{ млн. шт.} / 1980 \text{ млн. шт.} * 100\% = 2,7\%$

2. Определим долю рынка в этом сегменте в следующем году: $2,7 + 5 = 7,7\%$

3. Находим емкость рынка в этом сегменте в следующем году: $1980 * 1,03 = 2039,4 \text{ млн. шт.}$

4. Определим объем продаж в этом сегменте в следующем году: $2039,4 * 0,077 = 157,03 \text{ млн. шт.}$

Объем продаж в следующем году во втором сегменте составит:

1. Находим емкость рынка в этом сегменте в прошлом году: $75 / 0,04 = 1875 \text{ млн. шт.}$

2. Определим емкость рынка в этом сегменте в следующем году: $1875 * 1,11 = 2081,25 \text{ млн. шт.}$

3. Определим объем продаж в этом сегменте в следующем году: $2081,25 * 0,08 = 166,5 \text{ млн. шт.}$

Объем продаж в следующем году в третьем сегменте составит:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 16 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

$45 \times 0,12 - 1 = 4,4$ млн. шт.

Общий объем продаж фирмы в следующем году составит:

$157,03 + 166,5 + 4,4 = 327,93$ млн. шт.

Ответ: общий объем продаж фирмы в следующем году составит 327,93 млн. шт.

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет проводится посредством выполнения комплексной письменной работы. Комплексная письменная работа состоит из теоретической и практической части.

В состав комплексной письменной работы включены тестовые и практические задания.

Комплексная письменная работа выполняется в 2 этапа. На первом этапе студент выполняет 30 тестовых заданий. Продолжительность – 60 минут. Максимальный балл – 30 баллов. На втором этапе студент решает два практических задания. Продолжительность – 30 минут. Максимальный балл – 10 баллов.

Экзамен проводится посредством выполнения комплексной письменной работы. Комплексная письменная работа состоит из теоретической и практической части.

В состав комплексной письменной работы включены тестовые и практические задания.


Комплексная письменная работа выполняется в 2 этапа. На первом этапе студент выполняет 30 тестовых заданий. Продолжительность – 60 минут. Максимальный балл – 30 баллов. На втором этапе студент решает два практических задания. Продолжительность – 30 минут. Максимальный балл – 10 баллов.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

4.2.1. Критерии оценивания тестовых заданий

Максимальный балл за тестовые задания – 30 баллов.

Оценка	Отлично 90-100%	Хорошо 75-89%	Удовлетворительно 50-74%	Неудовлетворительно 0-49%
Баллы	27-30 баллов	23-26 баллов	15-22 балла	0-14 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	продвинутый	пороговый	недостаточный

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 17 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4.2.2. Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за выполнение практического задания – 5 баллов.


Оценка	Отлично 90-100%	Хорошо 75-89%	Удовлетворительно 50-74%	Неудовлетворительно 0-49%
Баллы	5 баллов	4 балла	3 балла	0-2 балла
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	продвинутый	пороговый	недостаточный
Критерии	Если студент выполнил работу без ошибок и недочётов, допустил не более одного недочёта	Если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух недочётов.	Если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочётов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочётов, допускает искажение фактов.	Если студент допустил число ошибок и недочётов превосходящее норму, при которой может быть выставлено «удовлетворительно»

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов промежуточной аттестации (зачета) учитываются результаты текущего и рубежного контролей. Полученные за текущий и рубежный контроль баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации, и выводится итоговая оценка уровня освоения дисциплинарных компетенций:

– оценки «зачтено» (4.0-1.0; 50-100%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый и/или усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой;

– оценка «незачтено» (1.0-0; 0-49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «незачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональ-

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01 Филология			
Версия документа - 1	стр. 18 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

ной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде экзамена:

оценки «отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой.

оценки «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D, 2.33-1.0, 50-74%) выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, обнаружившему проблемы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.:

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «зачтено», «отлично» и предполагает, что студент:
 - Знает содержание экономических, организационных и управленческих теорий, методики экономического анализа, включая их целевую направленность, последовательность анализа, систему методов; критерии выбора оптимальных организационно-управленческих решений и оценки последствий принимаемых решений в профессиональной деятельности; методологические подходы к оценке эффективности организационно-управленческих решений;
 - умеет выявлять организационные проблемы экономического и управленческого характера при анализе конкретной ситуации, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; оценивать возможные варианты решения проблемы,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Преподавание русского языка и литературы» по направлению подготовки 45.03.01
Филология

Версия документа - 1

стр. 19 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- сравнивая достоинства и недостатки каждой альтернативы, анализируя эффективность их реализации и вероятные результаты; содействовать реализации принятых организационно-управленческих решений, прогнозируя их последствия; использовать методы оценки эффективности организационно-управленческих решений; навыками оценки результатов реализации организационно-управленческих решений с точки зрения их эффективности;
- владеет навыками анализа проблемной среды для разработки и принятия управленческого решения; навыками выявления оптимального варианта управленческих решений и обоснования перспективных предложений по его совершенствованию.
2. Продвинутый уровень соответствует оценке «зачтено», «хорошо» и предполагает, что студент:
- знает динамику и закономерности экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности;
 - оперировать различными компонентами экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач;
 - владеет навыками анализа реальных экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности.;
3. Пороговый уровень соответствует оценке «зачтено», «удовлетворительно» и предполагает, что студент:
- знает историю появления и тенденции развития экономических, организационных и управленческих теорий и их роль в системе сложившихся экономических отношений.
 - умеет анализировать взаимосвязи и взаимозависимости между экономическими, организационными и управленческими процессами и явлениями, происходящими в профессиональной деятельности, с целью её развития и совершенствования.
 - владеет навыками оценки целесообразности применения знаний экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач.
4. Недостаточный уровень соответствует оценке «незачтено», «неудовлетворительно».