

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Владимировна

Должность: Директор Пятигорского института (филиала) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 23.09.2023 18:01:31

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске**

**Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель ПЦК

С.С.Луста

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

|                             |                                                     |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------|
| По дисциплине               | Основы экономики, менеджмента и маркетинга          |
| Специальность               | 19.02.10 Технология продукции общественного питания |
| Форма обучения              | Очная                                               |
| Учебный план                | 2020                                                |
| Объем занятий: итого        | 113 ч.,                                             |
| в т.ч. аудиторных           | 72 ч.                                               |
| Лекций                      | 42 ч.                                               |
| Практических занятий        | 22 ч.                                               |
| Самостоятельной работы      | 41 ч.                                               |
| курсовой работа – 8 семестр | 8 ч.                                                |
| Зачет – 7 семестр           |                                                     |
| Экзамен – 8 семестр         |                                                     |

Дата разработки:

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске**  
**Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель ПЦК  
С.С.Луста

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020г.

**Комплект заданий для контрольного среза**  
по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

**Контрольный срез № 1 (7-й семестр)**

**Вариант 1**

1. Понятие экономики.
2. Экономические потребности общества.
3. Экономический выбор. Альтернативная стоимость.
4. В чем отличие товара от услуги.

**Вариант 2**

1. Факторы производства: труд, земля, капитал.
2. Факторные доходы.
3. Экономическая деятельность человека.
4. Кривая производственных возможностей. Проблема выбора.

**Контрольный срез № 2 (7-й семестр)**

**Вариант 1**

1. Командно-административная экономическая система: недостатки и положительные стороны.
2. Собственность как основа социально-экономических отношений.
3. Формы собственности: государственная, муниципальная, частная.
4. Недостатки традиционной экономической системы.

**Вариант 2**

1. Смешанная экономическая система: недостатки и положительные стороны.
2. Понятие собственности в экономике: субъект и объект собственности.
3. Положительные стороны рыночной экономической системы.
4. Конкуренция и ее виды.

### **Контрольный срез № 3 (7-й семестр)**

#### **Вариант 1**

1. Перечислите элементы рыночного механизма.
2. Факторы, влияющие на спрос: ценовые, неценовые.
3. Доход потребителя. Нормальные товары и инферioresные товары.
4. Исключения из закона спроса: парадоксы Веблена и Гиффена.

#### **Вариант 2**

1. Классификация рынков.
2. Понятие рыночного спроса. Кривая спроса. Закон спроса.
3. Инфраструктура рынка.
4. Цена других товаров. Товары-субституты и товары-комплементы.

### **Контрольный срез № 4 (7-й семестр)**

#### **Вариант 1**

1. Рыночное предложение. Кривая предложения. Закон предложения.
2. Эластичность спроса по цене. Коэффициент эластичности.
3. Ситуация затоваривания рынка. Избыток товаров.

#### **Вариант 2**

1. Факторы, влияющие на предложение.
2. Рыночное равновесие: равновесная цена, равновесный объем.
3. Ситуация дефицита товаров. Спекулятивный спрос.

### **Контрольный срез № 1 (8-й семестр)**

#### **Вариант 1**

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Субъект и объект управления.
3. Уровни управления: высший, средний, низший.

#### **Вариант 2**

1. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный.
2. Национальные особенности менеджмента.
3. Специфика менеджмента в России.

### **Контрольный срез № 2 (8-й семестр)**

### **Вариант 1**

1. Предпосылки и этапы развития менеджмента. Значение каждого этапа.
2. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.
3. Школы управления: административная и неоклассическая, их характеристика.

### **Вариант 2**

1. Школы управления: классическая и научного управления, их характеристика.
2. Цикл менеджмента: понятие, содержание.
3. Вклад А. Файоля, Э. Мэйо в науку об управлении.

## **Контрольный срез № 3 (8-й семестр)**

### **Вариант 1**

1. Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка.
2. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета, микс, социальный маркетинг.
3. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.

### **Вариант 2**

1. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (продвижение товара), стимулирование спроса (промоушен): понятие, назначение.
2. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный, их характерные признаки.
3. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге.

## **Контрольный срез № 4 (8-й семестр)**

### **Вариант 1**

1. Маркетинговое понятие товара (продукции, услуг), как важнейшего средства удовлетворения потребностей.
2. Рыночный жизненный цикл (РЖЦ) товара, его основные этапы, и характерные признаки.
3. Сбыт, реализация, распределение товаров, сбытовая политика.

### **Вариант 2**

1. Средства сбыта: каналы распространения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности.
2. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.

3. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи, функции и объекты рекламы. Участники рекламной деятельности.

### **1. Критерии оценивания компетенций**

1. Оценка «5» (отлично) выставляется в случае полного выполнения контрольной работы, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.;
2. Оценка «4» (хорошо) выставляется в случае полного выполнения всего объема контрольной работы при наличии несущественных ошибок, не повлиявших на общий результат работы и т.д.;
3. Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется в случае недостаточно полного выполнения всех разделов контрольной работы, при наличии ошибок, которые не оказали существенного влияния на окончательный результат, при очень ограниченном объеме используемых понятий и т.д.;
4. Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется в случае, если допущены принципиальные ошибки, контрольная работа выполнена крайне небрежно и т.д.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.Н. Догаева  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске**  
**Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель ПЦК  
С.С.Луста

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## **Вопросы к экзамену**

по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1. Потребность как экономическая категория, их виды.
2. Ограниченность экономических ресурсов и порождаемые ею проблемы
3. Эффективность экономики как экономическая категория. Критерий Парето-эффективности.
4. Производительные силы общества, показатели их развития. Собственность как основа производственных отношений
5. Конкуренция и монополия: модели современного рынка
6. Товар как экономическая категория. Теория «Предельной полезности»
7. Цена – денежное выражение стоимости товара
8. Деньги и их роль в экономике. Закон денежного обращения. Уравнение И.Фишера
9. Закон спроса и предложения. Детерминанты спроса и предложения
10. Эластичность спроса и предложения. Рыночное равновесие
11. Механики рыночного ценообразования. Теория поведения потребителя
12. Характеристика производственного предприятия как сферы материального производства
13. Понятие и классификация организаций
14. Основной капитал: сущность, состав и классификация основных средств
15. Сущность и функции цены как экономической категории. Виды, состав и структура цен
16. Понятие менеджмента: цели, задачи и цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) - основы управленческой деятельности
17. Основные принципы организации производства. Структура организации и управления
18. Структура организаций, действующих в стабильных и нестабильных внешних условиях
19. Внешняя среда и ее факторы. Внутренняя среда и ее элементы
20. Формирование и развитие трудового коллектива. Психологические характеристики трудового коллектива

21. Научный подход к управлению кадровым потенциалом. Должности и основные виды работ на предприятии
22. Общее понятие о стилях управления. Стили управления и их характеристика
23. Виды конфликтов и конфликтных ситуаций. Стратегия и тактика разрешения конфликта.
24. Симптомы стресса, его причины, факторы и рекомендации по понижению вероятности стресса
25. Мотивы и мотивация. Заработная плата как экономический метод мотивации. Нематериальные стимулы к труду
26. Лидерство, руководство, власть. Полномочия и власть
27. Коммуникации как связующие процесса управления. Психологические закономерности делового общения.
28. Приемы, принципы, этапы и фазы делового общения. Факторы повышения делового общения
29. Основные ключевые понятия маркетинга. Сущность, цели, концепции и принципы маркетинга
30. Субъекты маркетинговой деятельности: юридические и физические лица, службы и отделы маркетинга в организации. Сильные и слабые стороны различных структур маркетинговой службы
31. Сегментирование рынка: назначение и принципы сегментирования. Критерии выбора сегмента. Позиционирование товара
32. Основные задачи маркетинговой информационной деятельности. Типы информации и источники ее получения
33. Сущность маркетинговых исследований и этапы их проведения
34. Формирование стратегии производства и товарной политики. Определение жизненного цикла товаров
35. Цели ценообразования. Характеристика основных методов ценообразования
36. Организация товародвижения и анализ каналов распределения товаров
37. Организация процесса торговой коммуникации. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
38. Характеристика коммуникационного комплекса: личные продажи, связи с общественностью, стимулирование продаж, реклама
39. Рынок рекламы, состав участников, инфраструктура и специфика функционирования
40. Правовая база рекламной деятельности, планирование и проведение рекламных компаний. Эффективность рекламы различных видов.

## 1. Критерии оценивания компетенций

Отметка "отлично" выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметка "хорошо" выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Отметка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.Н. Догаева  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске  
Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель ПЦК  
С.С.Луста

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## **Вопросы для проведения собеседования**

по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

### **Тема 1. Экономика и ее сущность**

1. Понятие экономики.
2. Экономические потребности общества.
3. Свободные и экономические блага общества.
4. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство.
5. Ограниченность экономических ресурсов – главная проблема экономики.
6. Границы производственных возможностей.

### **Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности**

1. Альтернативные издержки. Цена выбора.
2. Кривая производственных возможностей.
3. Производство, как основа экономической деятельности людей.

### **Тема 3. Экономические системы и их типы**

1. Традиционная экономика.
2. Административно-командная экономика.
3. Рыночная экономика.
4. Смешанная экономика.

### **Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция.**

1. Понятие собственности.
2. Собственность как основа социально-экономических отношений.
3. Собственность как экономическая категория в современном понимании.
4. Формы собственности: государственная, муниципальная, частная.

## **Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России.**

1. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности.
2. Специфика менеджмента в России.
3. Субъект управления и объект управления.
4. Исторические предпосылки развития управления.

## **Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента**

1. Школы управления: классическая и научного управления, их характеристика.
2. Школы управления: административная и неоклассическая, их характеристика.
3. Школа человеческих отношений и поведенческих наук.
4. Количественная школа.
5. Современные подходы к управлению: системный и процессный подход.

## **Тема 11. Функции управления в менеджменте**

1. Контроль. Типы контроля. Значение функции контроля в управлении.
2. Организация.
3. Координация.
4. Мотивация в менеджменте. Методы мотивации.
5. Значение планирования в управлении.

## **Тема 12. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания**

1. Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка.
2. Предмет, задачи и цели маркетинга.
3. Состояние и перспективы развития потребительского рынка России.
4. Классический комплекс маркетинга.
5. Структура маркетинговой деятельности.

## **Тема 16. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики**

1. Маркетинговое понятие товара (продукции, услуг), как важнейшего средства удовлетворения потребностей.
2. Маркетинговая классификация товаров.
3. Рыночный жизненный цикл (РЖЦ) товара, его основные этапы, и характерные признаки.
4. Разработка новых видов продукции и услуг в предприятиях общественного питания: обоснование необходимости уровни и этапы нового товара.

## **Тема 18. Маркетинговые исследования рынка**

1. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты.
2. Виды маркетинговых исследований.
3. Схема маркетинговых исследований.
4. Особенности маркетинговых исследований.

## **Тема 19. Средства маркетинга**

1. Классификация средств маркетинга.
2. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика.
3. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.
4. Средства продвижения товаров: виды, их характеристика.

## **Тема 20. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания**

1. Реклама: понятие, назначение.
2. Цели, задачи, функции и объекты рекламы.
3. Участники рекламной деятельности.
4. История возникновения и совершенствования рекламы.
5. Обязательные требования к рекламе.
6. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.
7. Специфика рекламных услуг общественного питания.
8. Краткая характеристика разных видов рекламы, их достоинства и недостатки.
9. Критерии выбора средств рекламы предприятиями общественного питания.

### **Критерии оценивания компетенций**

1. Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если выставляется студенту, если в процессе проведения собеседования он показывает исчерпывающие знания, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.
2. Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.
3. Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.
4. Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, необходимые практические компетенции не сформированы.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.Н.Догаева  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске**  
**Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель ПЦК  
С.С.Луста

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

**Темы курсовых проектов**  
по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1. Ценовая политика предприятия общественного питания.
2. Цена и ее роль в системе экономических отношений.
3. Стратегии ценообразования на предприятии общественного питания.
4. Функционирование рынка труда в современных условиях.
5. Формы организации и оплаты труда на предприятиях питания в условиях рыночных отношений.
6. Эффективность и производительность труда на предприятии общественного питания.
7. Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений на предприятии общественного питания.
8. Оплата труда на предприятиях общественного питания.
9. Мотивация труда на предприятиях общественного питания.
10. Современный менеджмент: сущность и характерные черты.
11. Модели национального менеджмента и особенности подготовки менеджеров.
12. Инфраструктура рынка товаров и услуг, анализ его современного состояния.
13. Организация и её среда.
14. Сбытовая политика и организация товародвижения на предприятии общественного питания.
15. Товар в системе маркетинга.
16. Сегментация рынка и позиционирование товара.
17. Рынок, его структура и условия функционирования.
18. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций и её эффективность.
19. Маркетинговые коммуникации.
20. Маркетинговая политика предприятия общественного питания.
21. Малые предприятия как форма организации бизнеса.

22. Сущность, принципы и типы планирования на предприятиях общественного питания.
23. Предпринимательство и его место в современной экономике.
24. Оборотные средства предприятия общественного питания.
25. Основные фонды предприятий общественного питания.
26. Модели и методы выбора решений в процессе управления предприятием общественного питания.
27. Эффективность системы управления на предприятии общественного питания.
28. Организация разработки и принятия управленческих решений на предприятии общественного питания.
29. Авторитет, лидерство и власть в управлении предприятием общественного питания.

### **Критерии оценивания компетенций**

Оценка **«отлично»** выставляется при выполнении курсового проекта в полном объеме; работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент свободно владеет теоретическим материалом, безошибочно применяет его при решении задач, сформулированных в задании; на все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.

Оценка **«хорошо»** выставляется при выполнении курсового проекта в полном объеме; работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент твердо владеет теоретическим материалом, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя; на большинство вопросов даны правильные ответы, защищает свою точку зрения достаточно обосновано.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется при выполнении курсового проекта в основном правильно, но без достаточно глубокой проработки некоторых разделов; студент усвоил только основные разделы теоретического материала и по указанию преподавателя (без инициативы и самостоятельности) применяет его практически; на вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки, неуверенно защищает свою точку зрения.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, когда студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.Н. Догаева  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.