

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования

Дата подписания: 27.05.2025 17:42:44

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c9e1a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

«Северо-Кавказский федеральный университет»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А. Шебзухова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Специальность

Форма обучения

ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

43.02.15 Поварское и кондитерское дело

очная

Пятигорск, 2025

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело по дисциплине ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга.

ФОС составлен на основе ФГОС и рабочей программы дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине предусмотрена в форме дифференцированного зачета с выставлением отметки по системе «отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно».

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

ФОС позволяет оценить знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС и рабочей программой дисциплины.

Планируемые результаты освоения (знания и умения) и перечень осваиваемых компетенций (общих и профессиональных) указываются в соответствии с ФГОС, ОП и рабочей программой учебной дисциплины.

умения:

У.1 участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;

У.2 рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;

У.3 анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;

У.4 рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;

У.5 проводить инвентаризацию на предприятиях питания;

У.6 пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве);

У.7 оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов

У.8 анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;

У.9 вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;

У.10 калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;

У.11 рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией

ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,

У.12 рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;

У.13 планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;

У.14 выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;

У.15 управлять конфликтами и стрессами в организации;

У.16 применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;

У.17 анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;

У.18 составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса

У.19 анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;

У.20 прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню;

У.21 анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;

У.22 грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);

У.23 проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса.

знания:

3.1 понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории;

3.2 принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли;

3.3 виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства),

3.4 сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации;

3.5 классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам;

3.6 цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания;

3.7 этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;

3.8 факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);

3.9 функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты

первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации;

3.10 виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования;

3.11 понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;

3.12 понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;

3.13 источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,

3.14 учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;

3.15 понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;

3.16 требования к реализации продукции общественного питания;

3.17 количественный и качественный состав персонала организации;

3.18 показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;

3.19 формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;

3.20 состав издержек производства и обращения организаций ресторанного бизнеса;

3.21 механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанного бизнеса;

3.22 основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;

3.23 понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;

3.24 сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;

3.25 налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанного бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;

- 3.26 понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;
- 3.27 сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- 3.28 стили управления;
- 3.29 способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала
- 3.30 правила делового общения в коллективе;
- 3.31 сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
- 3.32 понятие сегментация рынка;
- 3.33 методы проведения маркетинговых исследований;
- 3.34 понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);
- 3.35 организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса.

общие компетенции:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления полуфабрикатов в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 1.2. Осуществлять обработку, подготовку экзотических и редких видов сырья: овощей, грибов, рыбы, нерыбного водного сырья, дичи.

ПК 1.3. Проводить приготовление и подготовку к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента

ПК 1.4. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур

полуфабрикатов с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления горячих блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 2.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации супов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.3. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение горячих соусов сложного ассортимента.

ПК 2.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд и гарниров из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из яиц, творога, сыра, муки сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.7. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из мяса, домашней птицы, дичи и кролика сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.8. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур горячих блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных блюд, кулинарных изделий, закусок в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 3.2. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение холодных соусов, заправок с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации салатов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации канапе, холодных закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий

потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из мяса, домашней птицы, дичи сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.7. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных и горячих сладких блюд, десертов, напитков в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 4.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных и горячих десертов, напитков, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 5.2. Осуществлять приготовление, хранение отделочных полуфабрикатов для хлебобулочных, мучных кондитерских изделий.

ПК 5.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации хлебобулочных изделий и праздничного хлеба сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации мучных кондитерских изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации пирожных и тортов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур

хлебобулочных, мучных кондитерских изделий, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей.

ПК 6.1. Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 6.2. Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями.

ПК 6.3. Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала.

ПК 6.4. Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по (учебной) дисциплине, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Таблица 1 Контроль и оценка освоения (учебной) дисциплины по темам (разделам)

Элементы учебной дисциплины	Формы контроля и оценивания			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки (заполняется в соответствии с разделом 4 рабочей программы)	Проверяемые ПК, ОК, У, З	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК, У, З
Раздел 1. Основные положения экономической теории			Указываются в соответствии с учебным планом	Указываются в соответствии с рабочей программой
Тема 1.1 Экономика и ее сущность	Практическое занятие № 1 Предмет, цели, задачи дисциплины. Понятие экономики. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Ограниченность экономических ресурсов – главная проблема экономики. Границы	УЗ, З.1, ОК.01-ОК.07, ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8.	Контрольная работа Зачет Экзамен	У1-У23 З1-З35 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.

	производственных возможностей.			
Тема 1.2. Производство и экономика. Экономические возможности	Практическое занятие № 2 Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 1.3. Экономические системы и их типы	Практические занятия №3 Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7.		
Тема 1.4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция	Практическое занятие № 4 Понятие собственности. Собственность как основа социально-экономических отношений. Собственность как Экономическая категория в современном понимании. Формы собственности: государственная, муниципальная, частная. Конкуренция. Совершенная конкуренция. Условия совершенной конкуренции. Монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольная политика государства.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6.		
Раздел 2. Основы рыночной экономики				
Тема 2.1. Рыночный механизм	Практическое занятие № 5 Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8.		

	Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.	ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 2.2. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос	Практическое занятие № 6 Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 2.3. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение	Практическое занятие № 7 Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. Факторы, влияющие на предложение.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 2.4 Эластичность спроса и предложения	Практическое занятие № 8 Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы				
Раздел 3. Основы менеджмента				
Тема 3.1 Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России.	Практическое занятие № 9 Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. Основные виды менеджмента. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.27 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		

	мирового опыта менеджмента в условиях России.			
Тема 3.2. Исторический опыт школ менеджмента	Практическое занятие № 10 Предпосылки и этапы развития менеджмента. Значение каждого этапа. Школы управления: классическая и научного управления, их характеристика. Школы управления: административная и неоклассическая, их характеристика. Вклад А. Файоля, Э. Мэйо.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 3.3. Функции управления в менеджменте	Практическое занятие № 11 Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 3.4 Сущность и характерные черты современного менеджмента	Практическое занятие № 12 Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 3.5 Организация как объект	Практическое занятие № 13 Система управления:	У1, У2, У5-У18 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8, 3.27		

управления.	понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.	ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 3.6 Мотивационная политика организации	Практическое занятие № 14 Мотивация: понятие, назначение. Критерии мотивации (потребности, стимулы, вознаграждение) труда персонала в организациях. Содержательные теории мотивации. Потребности и мотивационное поведение. Процессуальные теории мотивации, их характеристика. Мотивация персонала в профессиональной деятельности. Индивидуальная и групповая мотивация. Правила работы с группой.	У1, У2, У5-У20 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8, 3.27, 3.29 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Тема 3.7. Планирование в системе менеджмента	Практическое занятие № 15 Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		
Промежуточная аттестация в форме зачета				
Раздел 4. Основы маркетинга				
Тема 4.1. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	Практическое занятие № 16 Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплин в	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4.		

	подготовке специалистов: технологов общественного питания. Состояние и перспективы развития потребительского рынка России, в том числе в сфере услуг общественного питания. Состояние и содержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами.			
Тема 4.2. Структура маркетинговой деятельности	Практическое занятие № 17 Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (продвижение товара), стимулирование спроса (промоушен): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.3 Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение литературы, собеседование	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.4. Цена, ценовая политика. Формирование цен	Практическое занятие № 18 Основные понятия: цена, ценовая политика и	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07,		

в предприятиях общественного питания	стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Влияние затрат на маркетинговые мероприятия на цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен в предприятиях общественного питания. Системы скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.	ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.5. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики	Практическое занятие № 19 Маркетинговое понятие товара (продукции, услуг), как важнейшего средства удовлетворения потребностей. Маркетинговая классификация товаров (продукции, услуг). Рыночный жизненный цикл (РЖЦ) товара, его основные этапы, и характерные признаки. Особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе. Типы РЖЦ. Специфика РЖЦ продукции и услуг общественного питания. Разработка новых видов продукции и услуг в предприятиях общественного питания: обоснование необходимости уровни и этапы нового товара.	У1-У23 З1-З35 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		

	Анализ путей поиска рыночной новизны товара, в том числе услуги общественного питания.			
Тема 4.6. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания	Практическое занятие № 20 Сбыт, реализация, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания. Место предприятий общественного питания в каналах распределения.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.7. Маркетинговые исследования рынка	Практическое занятие № 21 Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования; определение объектов; выбор методов исследования; сбор, обработка, анализ информации; оценка результатов; применение полученных результатов для принятия решений.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.8. Средства маркетинга	Практическое занятие № 22 Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8.		

	товаров. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
Тема 4.9.Значени е рекламной деятельности для предприятий общественного питания	Практическое занятие № 23 Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи, функции и объекты рекламы. Участники рекламной деятельности. История возникновения и совершенствования рекламы. Обязательные требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. ФЗ «О рекламе»: запреты и ограничения. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Специфика рекламных услуг общественного питания. Краткая характеристика разных видов рекламы, их достоинства и недостатки. Критерии выбора средств рекламы предприятиями общественного питания.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6. ПК 5.1.- ПК 5.6. ПК 6.1.- ПК 6.4		
	Промежуточная аттестация в форме экзамена			

2. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Вопросы к контрольным срезам

Контрольный срез № 1

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 № 2

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 № 3

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.

Критерии оценивания компетенций

В системе оценки знаний и умений при оценивании устных ответов и

письменных работ используются следующие критерии:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом за умение связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение ответа (как в устной, так и в письменной форме), качественное внешнее оформление;

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности;

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновать свои суждения;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач; за полное незнание и непонимание учебного материала или отказ отвечать.

Итоговая контрольная работа за 6-й семестр

Вариант 1

1. Опишите экономику как науку. Что она изучает?
2. В чем состоит главный вопрос экономики?
3. Раскройте сущность традиционной экономической системы. Какие недостатки Вы можете выделить?
4. Какие элементы экономической деятельности человека выделяют в экономике?

Вариант 2

1. Из какого языка произошел термин «экономика»? Что он означает?
2. Какие вопросы должны быть решены в рамках любой экономической системы?
3. Раскройте сущность плановой (административной) экономической системы. Какие недостатки и положительные стороны Вы можете выделить?
4. Раскройте содержание факторов производства. Какие факторные доходы приносит каждый из них?

Критерии оценивания контрольных работ

Оценка «5» (отлично) выставляется в случае полного выполнения контрольной работы, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.;

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.;

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;

Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется в случае, если допущены принципиальные ошибки, контрольная работа выполнена крайне небрежно.

Вопросы для проведения собеседования
Тема 4.3 Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания

1. Что такое комплекс маркетинга?
2. Что реализует маркетинговый комплекс?
3. Концепция комплекса маркетинга.
4. Базовые элементы комплекса маркетинга.
5. Современные составляющие комплекса маркетинга.

Критерии оценивания устных ответов

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Оценка «5» ставится, если:

1) студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;

3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «4» – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «3» – студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Фонд тестовых заданий

1. Менеджмент – это:

- а. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
- б. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
- в. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
- г. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений

2. Кто такой менеджер?

- а. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
- б. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
- в. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
- г. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью

3. Что является основными факторами развития менеджмента?

- а. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
- б. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
- в. доминирующий способ общественного производства
- г. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда

4. Что является объектом и субъектом менеджмента?

- а. технические ресурсы
- б. люди
- в. финансовые ресурсы
- г. технологии

5. Главной задачей менеджера является:

- а. максимизация прибыли
- б. организация труда персонала
- в. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
- г. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций

6. Менеджмент и управление – это:

- а. одно и то же
- б. разные, но связанные между собой процессы
- в. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
- г. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента

7.В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента?

- а. Аргентине
- б. Бразилии
- в. Польше
- г. США

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

- а. планирование
- б. контроль
- в. организация
- г. мотивация

9. Что не является продуктом труда менеджера?

- а. Выполненная функция
- б. Решенная задача
- в. Готовая продукция
- г. Управленческое решение

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

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

3. Оценочные средства для промежуточной аттестации и критерии оценки

Вопросы к экзамену

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.
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.

Ситуационные задачи к экзаменационным билетам

Ситуация: Составьте схему структуры управления фирмы, где работают: директор, секретарь директора, продавец, младший продавец, бухгалтер, кассир, грузчик.
Ситуация: Вы являетесь менеджером торговой фирмы, где обнаружена недостача в результате плохо обеспеченной сохранности. Каковы ваши действия?

Ситуация: На предприятии возросла текучесть кадров. О чем свидетельствует этот факт? Как следует выходить из этой ситуации?
Ситуация: Работники торгового предприятия систематически опаздывают на работу. Что Вы предпримите в этой ситуации? Какими методами управления воспользуетесь?
Ситуация: Руководитель решил «омолодить» фирму, для этого он уволил пять человек предпенсионного возраста и нанял пять молодых специалистов. В результате ухудшился психологический климат в коллективе. Назовите причину происходящего?

Ситуация: Во многих торговых организациях собрания проводят в обеденный перерыв. Правильно ли поступают менеджеры? Ответ обоснуйте.

Ситуация: Между продавцами с 10 летним стажем и продавцами с 2-х летним стажем работы постоянно возникают конфликты. В чем причина и как разрешить конфликт?

Ситуация: Вы менеджер среднего звена. В присутствии подчиненных Вас раскритиковал менеджер высшего звена. Правильно ли он поступил? Ответ обоснуйте.

Ситуация: На базе торговой фирмы «детский мир» в районном центре, открылся магазин «Товары для детей». Сформулируйте миссию магазина. В каких документах она должна отражаться?

Ситуация: Магазин испытывает серьезные финансовые затруднения. Директор решил привлечь весь коллектив для выработки оптимального управленческого решения. Проведите инструктаж с работниками по данному вопросу.

Ситуация: Какая информация потребуется руководству для того, чтобы провести грамотное снижение цен, которое не повлекло бы ответной реакции со стороны конкурентов? Какой метод принятия управленческих решений необходимо использовать в сложившейся ситуации?

Ситуация: Вы - руководитель торгового предприятия, в котором выявлены нарушения внутреннего трудового распорядка, снижение качества торгового обслуживания. Какие методы управления необходимо применить в данной ситуации для наведения порядка? Какие формы мотивации Вы будете использовать?

Ситуация: Оптовое предприятие имеет договорные отношения с магазином, который постоянно нарушает условия и сроки оплаты реализованных товаров. Какие виды и источники информации потребуются для принятия решения сложившейся проблемы? Какой метод принятия управленческого решения должно применить руководство предприятия?

Ситуация: Начинаящий предприниматель открыл на одной из улиц города торговую палатку и включил в штат 2 продавца, бухгалтера, шофера. Какая организационная структура будет наиболее приемлема для данного торгового предприятия? Постройте схему организационной структуры управления данного предприятия.

Ситуация: Руководитель предприятия делает замечания начальнику отдела кадров в присутствии нескольких сотрудников, о том, что не сделал во время табель учета времени. Эта ситуация повторяется не единожды. Каковы возможности последствия такого замечания? В какой форме вы бы сделали замечание, будучи на месте руководителя? Какие методы управленческого воздействия можно применить к данному сотруднику?

Ситуация: Новый сотрудник отдела рекламы допустил несколько опозданий на протяжении одного месяца. Какие методы управления должна применить администрация во избежание дальнейших нарушений трудовой дисциплины работниками данного предприятия?

Ситуация: В торговом предприятии после назначения нового руководителя наблюдается большая текучесть кадров и частые нарушения трудовой дисциплины. Что необходимо предпринять, чтобы изменить ситуацию на предприятии? Какие методы воздействия на сотрудников Вы считаете более результативными?

Ситуация: Предприниматель открывает магазин «Продукты» и начинает заниматься торговой деятельностью с нуля. Какая информация потребуется первоначально для эффективной работы магазина? Какой метод оптимизации управленческих решений должен быть использован в данной ситуации?

Ситуация: Руководитель фирмы считает, что коллектив проявляет недостаточную заинтересованность в процветании фирмы и поручает своему заместителю разработать мероприятия, которые позволили бы улучшить положение дел. Какие методы управления позволят увеличить творческую отдачу подчиненных? Какие методы позволят добиться роста производительности труда?

Ситуация: Вы решили премировать работников бухгалтерии путевкой в санаторий. Но работников двое, а путевка одна. Кому отдать предпочтение? Кадровому работнику или работнику с небольшим стажем работы. Как избежать конфликтной ситуации?

Критерии оценивания устных ответов экзамена

1. Оценка «Отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный, в том числе лекционный материал, последовательно, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.
2. Оценка «Хорошо» выставляется студенту, твердо знающему программный, в том числе лекционный материал, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей (неточностей, которые не могут быть исправлены наводящими вопросами или не имеют важного практического значения). То же относится к освещению практически важных вопросов
3. Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает знание основного материала, но не знает его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, излагает материал с нарушением последовательности, отвечает на практически важные вопросы с помощью или поправками экзаменатора.
4. Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного, в том числе лекционного материала.

Таблица 2 – Ключи к вопросам фонда оценочных средств

№	Компетенция	Содержание вопроса	Правильный ответ
Контрольная работа Вариант 1			
1.		1. Опишите экономику как науку. Что она изучает?	Экономика — это наука, которая изучает способы ведения хозяйства и процессы производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг в условиях ограниченных ресурсов и неограниченных потребностей. Основные аспекты изучения экономики: Участники экономической деятельности;

			Главная функция экономики; Основная проблема; Ключевая задача.
2.		2. В чем состоит главный вопрос экономики?	Главный вопрос экономики заключается в решении трёх взаимосвязанных проблем: 1. “Что производить?”; 2. “Как производить?”; 3. “Для кого производить?”
3.		3. Раскройте сущность традиционной экономической системы. Какие недостатки Вы можете выделить?	Традиционная экономическая система — это самая древняя форма организации экономической жизни общества, где все экономические решения принимаются на основе традиционных, зачастую веками сложившихся правил и обычаев. 1. Экономическая отсталость и низкий уровень жизни; 2. Ограниченные возможности развития; 3. Социальная стагнация.
4.		4. Какие элементы экономической деятельности человека выделяют в экономике?	Производство; Распределение; Потребление.
Вариант 2			
5.		1. Из какого языка произошел термин	Термин “экономика” происходит из

		«экономика»? Что он означает?	древнегреческого языка и образован от двух слов: oikos - “дом”, “хозяйство” nomos - “правило”, “закон”
6.		2. Какие вопросы должны быть решены в рамках любой экономической системы?	1. “Что производить?” 2. “Как производить?” 3. “Для кого производить?”
7.		3. Раскройте сущность плановой (административной) экономической системы. Какие недостатки и положительные стороны Вы можете выделить?	Плановая (административная) экономическая система — это модель организации экономической жизни, при которой ресурсы находятся в государственной собственности, а экономическое планирование осуществляется централизованно государственными органами. Положительные стороны: 1. Экономическая стабильность; 2. Возможность концентрации ресурсов; 3. Социальная справедливость. Недостатки: 1. Неэффективность производства; 2. Товарный дефицит;

			3. Подавление инициативы.
8.		4. Раскройте содержание факторов производства. Какие факторные доходы приносит каждый из них?	Факторы производства — это ресурсы, которые используются в процессе создания экономических благ. Каждый фактор производства приносит свой специфический доход. 1. Земля 2. Труд 3. Капитал 4. Предпринимательские способности.
Фонд тестовых заданий			
9.		1. Менеджмент – это: а. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства б. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации в. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д. г. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений	в
10.		2. Кто такой менеджер? а. профессия, которую может освоить человек, независимо от его	в

		психофизических характеристик б. человек, прошедший специальную подготовку и добывающийся результата посредством труда других людей в. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики г. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью	
11.		3. Что является основными факторами развития менеджмента? а. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства б. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий в. доминирующий способ общественного производства г. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда	г

12.		4. .Что является объектом и субъектом менеджмента? а. технические ресурсы б. люди в. финансовые ресурсы г. технологии	г
13.		5. Главной задачей менеджера является: а. максимизация прибыли б. организация труда персонала в. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов г. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций	б
14.		6. Менеджмент и управление – это: а. одно и то же б. разные, но связанные между собой процессы в. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления г. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента	в
15.		7. В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента? а. Аргентине б. Бразилии в. Польше г. США	а
16.		8. Использование какой функции менеджмента обеспечивает распределение работников по	а

		рабочим местам? а. планирование б. контроль в. организация г. мотивация	
17.		9. Что не является продуктом труда менеджера? а. Выполненная функция б. Решенная задача в. Готовая продукция г. Управленческое решение	в
18.		10. В какой из школ менеджмента были впервые выделены управленческие функции? а. школа научного управления б. школа человеческих отношений и школа поведенческих наук в. административная или классическая школа управления г. школа науки управления или математическая школа управления	а