

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: 22.05.2024 11:17:37

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef98

«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

ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность

43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Форма обучения

очная

Пятигорск

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. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

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

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

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. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 10. 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 рецептов 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 рецептов 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 производственных возможностей.	УЗ, 3.1, ОК.01-ОК.07, ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8.	Контрольная работа Зачет Экзамен	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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 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	Практические занятия №3	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4		

системы и их типы	Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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, ОК.10 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. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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 2.2. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы,	Практическое занятие № 6 Факторы, влияющие на	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ОК.01-ОК.07,		

влияющие на спрос	спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	ОК.09, ОК.10 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, ОК.10 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, ОК.10 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 мирового опыта	У1, У2, У5 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.27 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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.		

		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, ОК.10 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, ОК.10 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	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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.		

		менеджмента в условиях России.		
Тема 3.5 Организация как объект управления.	Практическое занятие № 13 Система управления: понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.	У1, У2, У5-У18 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8, 3.27 ОК.09, ОК.10 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, ОК.10 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.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 ПК 1.1.- ПК 1.4. ПК 2.1.- ПК 2.8. ПК 3.1.-3.7. ПК 4.1.- ПК 4.6.		

	Виды планов. Основные стадии планирования.	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 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.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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 4.2. 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,	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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		

	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.			
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, ОК.10 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 в предприятиях общественного питания	Практическое занятие № 18 Основные понятия: цена, ценовая политика и 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	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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		

	политики ценообразования: источники информации, работа с ними.			
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. Анализ путей поиска рыночной новизны товара, в том числе услуги общественного питания.	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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 4.6. 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,	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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		

	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.			
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, ОК.10 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 товаров. Средства удовлетворения потребностей:	У1-У23 31-335 ОК.01-ОК.07, ОК.09, ОК.10 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		

	виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.			
Тема 4.9.Значение 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, ОК.10 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:

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

2. Менеджмент как наука – это:

1. комплекс знаний о методах и способах управления производством
2. экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства
3. система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
4. отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей

3. Главное содержание менеджмента – это:

1. обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей
2. интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
3. организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
4. управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей

4. Кто такой менеджер?

1. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик

2. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
3. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
4. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью

5. Что является основными факторами развития менеджмента?

1. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
2. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
3. доминирующий способ общественного производства
4. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда

6. Что является объектом и субъектом менеджмента?

1. технические ресурсы
2. люди
3. финансовые ресурсы
4. технологии

7. Главной задачей менеджера является:

1. максимизация прибыли
2. организация труда персонала
3. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
4. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций

8. Менеджмент и управление – это:

1. одно и то же
2. разные, но связанные между собой процессы
3. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
4. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента

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

1. планирование
2. контроль
3. организация
4. мотивация

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

1. Аргентине
2. Бразилии
3. Польше
4. США

11. Что не является продуктом труда менеджера?

1. Выполненная функция
2. Решенная задача
3. Готовая продукция
4. Управленческое решение

12. В системе управления организацией - объект управления - это?

1. связующая подсистема
2. управляющая подсистема
3. финансовая подсистема
4. управляемая подсистема

13. В системе управления организацией - субъект управления - это?

1. управляющая подсистема
2. управляемая подсистема
3. связующая подсистема
4. финансовая подсистема

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

1. школа научного управления
2. школа человеческих отношений и школа поведенческих наук
3. административная или классическая школа управления
4. школа науки управления или математическая школа управления

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

1. теория организационной культуры
2. количественная теория менеджмента
3. ситуационная теория менеджмента
4. теория массового обслуживания

Вариант №2

1. Использование ситуационного подхода предполагает прежде всего:

1. анализ человеческих отношений в группе
2. систематическое нормирование труда сотрудников
3. развитие «ситуационного мышления»
4. все ответы неверны

2. Процессный подход рассматривает управление как

1. непрерывную серию взаимосвязанных управленческих функций
2. взаимодействие работников
3. определённую ситуацию
4. совокупность элементов системы

3. Кто был основоположником административной школы?

1. Гилбрет
2. Маслоу
3. Тейлор
4. Файоль

4. Какую задачу преследовала административная школа?

1. совершенствование управления организаций в целом
2. повысить эффективность на конкретных рабочих местах
3. определить лидера в трудовом коллективе
4. изучить межличностные отношения в коллективе

5. Какого подхода к менеджменту не существует?

1. процессный
2. динамический
3. ситуационный
4. системный

6. Необходимость адаптации к внешней среде – основной принцип:

1. теории естественного отбора
2. теории зависимости от ресурсов
3. теории жизнеспособности структуры
4. теории конкуренции

7. Что поступает в организацию из внешней среды?

1. нормативы
2. отчетные данные

3. цели
4. ресурсы
- 8. Что поступает во внешнюю среду из организации?**
 1. внутриотраслевые нормативы
 2. информация
 3. ресурсы
 4. отчетные данные
- 9. Метод управления – это:**
 1. совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый опыт для достижения поставленных организацией целей
 2. существенные, повторяющиеся, объективные взаимосвязи явлений и процессов в хозяйственной деятельности
 3. совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определённую целостность
 4. область трудовой деятельности
- 10. Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:**
 1. правильно поставленную критику
 2. заработную плату, премии, штрафы
 3. ценообразование
 4. дисциплину
- 11. Социально-психологические методы действуют на основе:**
 1. экономических законов и закономерностей развития природы и общества
 2. на основе формирования и развития общественного мнения относительно общественно и индивидуально значимых ценностей
 3. организационных отношений
 4. экономических интересов личности
- 12. Кто находится на вершине управленческой пирамиды?**
 1. технические исполнители
 2. руководитель
 3. гл. специалисты
 4. зав. цеха
- 13. Первым методом мотивации был**
 1. теория Врума
 2. «кнут и пряник»
 3. теория Маслоу
 4. теория справедливости Адамса
- 14. Верхним уровнем в пирамиде Маслоу было:**
 1. самоутверждение
 2. стремление к контактам
 3. самовыражение
 4. физиологические потребности
- 15. Какие 3 вида потребностей выделил Мак Клеlland:**
 1. пища, жильё, отдых
 2. авторитет, лидерство, известность
 3. успех, причастность, власть
 4. безопасность, уверенность в будущем, стабильность

Вариант №3

- 1. Какие факторы влияют на внешнюю среду организации?**
 1. прямые и косвенные

2. основные и дополнительные
3. главные и второстепенные
4. глобальные и локальные
- 2. Организация – это...**
 1. 1 человек
 2. 2 человека, деятельность которых координируется для достижений общей цели
 3. 3 человека
 4. 2 человека, которые не рассматривают себя как часть группы
- 3. Что не входит в пирамиду потребностей А. Маслоу?**
 1. потребность в принадлежности
 2. потребность в безопасности
 3. потребность во власти
 4. потребность в самовыражении.
- 4. Что является предметом труда объекта управления?**
 1. информация
 2. готовая продукция
 3. функция управления
 4. управленческое решение
- 5. Инновационный менеджмент это:**
 1. самостоятельная наука
 2. совокупность методов управления персоналом
 3. совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью
 4. фундаментальное исследование
- 6. Как могут быть связаны между собой функциональные звенья в организационной структуре управления?**
 1. вертикальными связями
 2. горизонтальными связями
 3. функциональными связями
 4. всеми перечисленными связями
- 7. Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?**
 1. административные и бюрократические
 2. бюрократические и социально-психологические
 3. социально-психологические и демократические
 4. экономические и административные
- 8. Какие психологические факторы влияют на работника организации?**
 1. непроизводственные
 2. внутренние
 3. производственные
 4. внешние
- 9. Какие элементы образуют среду прямого влияния?**
 1. развитие техники и технологии
 2. политическая ситуация
 3. конкуренты
 4. законодательные акты
- 10. Какую основную задачу ставили и решали представители школы научного менеджмента?**
 1. поддержание удовлетворительного социально-психологического климата в организации
 2. развитие инновационного менеджмента
 3. максимальное увеличение производительности труда на рабочем месте
 4. определение функций и принципов эффективного менеджмента

11. **Лидерство в теории менеджмента можно определить как:**
1. условия функционирования организации
 2. способность оказывать влияние на личность и группы людей
 3. размер заработной платы
 4. победу в конфликте
12. **Мотивация – это...**
1. совокупность приемов и способов поведения
 2. совокупность элементов, связанных между собой
 3. побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе по достижению целей
 4. совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности
13. **Функция “контроль “ включает в себя:**
1. определение ресурсов
 2. определение и выбор целей организации
 3. отбор, обучение кадров
 4. установление стандартов, сравнение выполненной работы со стандартами
14. **Что не включает в себя функция планирования?**
1. выбор целей и постановку задач планирования
 2. материальное вознаграждение
 3. определение стратегии
 4. определение миссии
15. **Что не относится к факторам внешней среды косвенного воздействия?**
1. технологии и НТП
 2. трудовые ресурсы
 3. состояние экономики
 4. социокультурные политические факторы

Вариант №4

1. **«Мозговая атака» относится к управленческим решениям:**
1. коллективным
 2. единоличным
 3. рутинным
 4. стандартным
2. **Интуитивные решения:**
1. это выбор, обусловленный знаниями и накопленным опытом
 2. это выбор, сделанный только на основе того, что он правильный
 3. это выбор, сделанный на основе аналитического процесса
 4. это коллективный выбор
3. **Под принятием решения понимается:**
1. способ побуждения людей для достижения определенных целей
 2. процесс формирования альтернатив
 3. процесс обмена информацией между двумя и более субъектами
 4. сознательный выбор действий из имеющихся альтернатив для достижения желаемых результатов
4. **Сколько по времени длится процесс «мозговая атака»:**
1. 30мин
 2. 1,5 часа
 3. 4 часа
 4. 10 часов

5. Делегирование полномочий можно определить как:

1. процесс, при котором руководители поручают часть своих прав людям, ответственным перед ним, тем самым, преумножая свою власть
2. способ побуждения людей для достижения поставленной цели
3. совокупность работников аппарата управления, которые находятся на одном управленческом уровне
4. разработка планов на перспективу

6. Как классифицируются предприятия по отношению к прибыли:

1. коммерческие и некоммерческие
2. малые, средние, крупные
3. малые и коммерческие
4. общие и частные

7. Какой орган управления не характерен для акционерного общества:

1. общее собрание
2. председатель
3. наблюдательный совет
4. генеральный директор

8. Держатели акций являются:

1. совладельцами предприятия
2. членами предприятия
3. наблюдателями
4. экспертами

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

1. управленческое решение
2. коммуникация
3. экономические методы
4. оперативное управление

10. SWOT-анализ не предусматривает выявление и подробное рассмотрение:

1. конкурентных преимуществ
2. сильных сторон фирмы
3. благоприятных возможностей для бизнеса
4. слабых сторон организации

11. Процесс принятия решений начинается с:

1. формулировки миссии предприятия
2. постановки управленческих целей
3. выявления проблемы
4. определения лица, ответственного за принятие решений

12. Суть делегирования состоит:

1. в установление приоритетов
2. передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена
3. передаче ответственности на более низкий уровень управления
4. в доверии к своим подчиненным

13. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

1. удовлетворенность партнеров по коммуникации
2. доброжелательная атмосфера общения
3. желание сторон продолжать коммуникации
4. близость смысла принятого сообщения к смыслу посланного сообщения

14. Корпоративная культура основана:

1. на принятых в обществе формах поведения

2. на правилах, определяемых руководством организации
3. на разделяемых большинством членов организации убеждениях и ценностях
4. на особенностях производства

15. Стресс на рабочем месте требует:

1. устранения
2. регулирования
3. обращения к врачу
4. смены работы

Вариант №5

1. Инструментом каких методов менеджмента является стиль руководства?

1. экономических
2. административных
3. **в социально-психологических**
4. правовых

2. Можно ли представить процесс управления в виде схемы, общей для всех организаций, предприятий, фирмы?

1. можно
2. в большинстве случаев
3. нельзя
4. в редких случаях

3. Принцип планирования в современном менеджменте гласит –

1. от нормативного управления к рациональному управлению
2. от будущего к настоящему
3. от управления финансами к управлению сбытом
4. от прошлого к будущему

4. Социально-психологические методы менеджмента способствуют формированию в организации:

1. инфраструктуры
2. иерархических отношений
3. морально-психологического климата
4. административного принуждения

5. Творчество менеджеров в процессе управления реализуется с помощью:

1. внедрения эффективной системы премирования
2. функций менеджмента
3. диагностики проблемы
4. повышения качества продукции

6. Назовите наиболее важную черту современной модели менеджмента:

1. всеобъемлющая компьютеризация процесса управления
2. возрастание требований к кадровому обеспечению менеджмента
3. быстрое изменение организационных форм производства и управления ими
4. изменение отношений между менеджментом предприятия и персоналом

7. Является ли управление производительным трудом?

1. да, т.к. управление создает новую стоимость
2. нет, это всего лишь надзор и контроль
3. нет, это всего лишь результат противоречия между наемным трудом и собственником средств производства
4. да, поскольку это вид деятельности неизбежен при высоком уровне специализации

производства и призван обеспечить целостность всего трудового организма

8. Что нельзя отнести к инструментам организационно-распорядительных методов менеджмента?

1. нормы и нормативы
2. регламенты
3. системы материального стимулирования
4. приказы и распоряжения

9. Что нельзя отнести к инструментам экономических методов менеджмента?

1. планы
2. приказы
3. директивные показатели
4. экономические рычаги воздействия

10. Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха?

1. люди-продукция-прибыль
2. прибыль-люди-продукция
3. продукция-прибыль-люди
4. люди-прибыль-продукция

11. Устойчивое финансовое состояние организации основывается на:

1. платежеспособности
2. доходности
3. оборачиваемости активов
4. рентабельности производства.

12. Основными компонентами модели коммуникации являются:

1. объект, субъект, взаимодействие
2. источник, сообщение, канал, получатель
3. объект, субъект, влияние, обратная связь
4. внешняя среда, внутренняя среда, взаимодействие

13. Осознание человеком побуждения к деятельности называется:

1. мотивом
2. потребностью
3. мотивацией
4. восприятием

14. Осознанная необходимость в чем-либо называется:

1. потребностью
2. мотивацией
3. восприятием
4. установкой

15. Процесс побуждения себя и других к деятельности называется:

1. мотивацией
2. коммуникацией
3. установкой
4. управлением

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. 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.

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 нехватка 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: Начинающий 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 возможные 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.