

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Нижегородский колледж теплоснабжения и автоматических систем  
управления»

**КОМПЛЕКТ  
КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

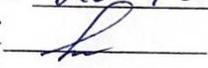
**по программе учебной дисциплины  
ОП.04 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

**08.02.11 Управление, эксплуатация и обслуживание многоквартирного  
дома**

Нижегород

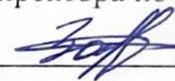
2022 г.

Одобрено методической комиссией  
по специальности 08.02.11  
«Управление, эксплуатация и обслуживание  
многоквартирного дома»

Протокол № 2 от 26.10 2022 г.  
Председатель МК 

УТВЕРЖДАЮ:

Зам. директора по УМР



К.Н.Золотарев

Разработчик:

Степанова М.П. – к.э.н., преподаватель Автономной некоммерческой  
образовательной организации «Нижегородский колледж теплоснабжения и  
автоматических систем управления»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Область применения.....	4
1.1.1. Освоенные умения и усвоенные знания.....	4
1.1.2. Общие и профессиональные компетенции.....	5
2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины	5
2.1. Организация проведения текущего контроля.....	5
2.2.1. Формы и методы оценивания.....	5
2.2.2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке.....	5
3. Комплект материалов для оценки освоенных умений и усвоенных знаний учебной дисциплины.....	7
3.1. Формы и методы текущего контроля знаний и умений .....	7
3.1.1 Формы промежуточной аттестации.....	7
3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации.....	7

## 1.1. Область применения

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения профессиональной дисциплины ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО по специальности 08.02.11 «Управление, эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- применять знания менеджмента в профессиональной деятельности;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области управления и сервиса многоквартирного дома;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

### 1.1.1. Освоенные умения и усвоенные знания:

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>Должен уметь:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</li><li>- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li></ul>	экспертная оценка результатов деятельности на практической работе, выполнения самостоятельной внеаудиторной работы, решения практических задач

<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания менеджмента в профессиональной деятельности;</li> <li>- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг</li> </ul>	
<i>Должен знать:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения экономической теории;</li> <li>- принципы рыночной экономики;</li> <li>- современное состояние и перспективы развития отрасли;</li> <li>- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li> <li>- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</li> <li>- формы оплаты труда;</li> <li>- стили управления, виды коммуникации;</li> <li>- принципы делового общения в коллективе;</li> <li>- управленческий цикл;</li> <li>- особенности менеджмента в области управления и сервиса многоквартирного дома;</li> <li>- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</li> <li>- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</li> </ul>	оценка выполнения тестового задания, выполнения самостоятельной внеаудиторной работы

### 1.1.2. Общие и профессиональные компетенции

код	Наименование
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного

	развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Обеспечивать безопасные условия труда в профессиональной деятельности
ПК.1.1	Использовать нормативные правовые, методические и инструктивные документы, регламентирующие деятельность по управлению многоквартирным домом.
ПК.1.2	Организовывать рассмотрение на общем собрании собственников помещений в многоквартирном доме, собрании членов товарищества или кооператива вопросов, связанных с управлением многоквартирным домом и осуществлять контроль реализации принятых на них решений.
ПК.1.3	Осуществлять прием-передачу, учет и хранение технической и иной документации на многоквартирный дом.
ПК.1.4	Восстанавливать и актуализировать документы по результатам мониторинга технического состояния многоквартирного дома.
ПК.1.5	Формировать базы данных о собственниках и нанимателях помещений в многоквартирном доме, а также о лицах, использующих общее имущество в многоквартирном доме на основании договоров.
ПК.2.1	Вести техническую и иную документацию на многоквартирный дом.
ПК.2.2	Проводить технические осмотры конструктивных элементов, инженерного оборудования и систем в многоквартирном доме.
ПК.2.3	Подготавливать проектно-сметную документацию на выполнение услуг и работ по эксплуатации, обслуживанию и ремонту общего имущества многоквартирного дома.
ПК.2.4	Обеспечивать оказание услуг и проведение работ по эксплуатации, обслуживанию и ремонту общего имущества многоквартирного дома.
ПК.2.5	Проводить оперативный учет и контроль качества выполняемых услуг, работ по эксплуатации, обслуживанию и ремонту общего имущества многоквартирного дома и расхода материальных ресурсов.
ПК.2.6	Организовывать и контролировать качество услуг по эксплуатации, обслуживанию и ремонту систем водоснабжения, водоотведения, отопления, внутридомового газового оборудования, электрооборудования, лифтового хозяйства, кондиционирования, вентиляции и дымоудаления, охранной и пожарной сигнализации, видеонаблюдения, управления отходами.
ПК.2.7	Организовывать и контролировать проведение соответствующих аварийно-ремонтных и восстановительных работ.
ПК.3.1	Организовывать проведение работ по благоустройству общего имущества многоквартирного дома и придомовой территории.
ПК.3.2	Организовывать и обеспечивать контроль работ, связанных с соблюдением санитарного содержания общего имущества многоквартирного дома и придомовой территории.
ПК.3.4	Вести учетно-отчетную документацию.

## **2. СИСТЕМА КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Система контроля и оценки освоения учебной дисциплины соответствует Положению о текущем контроле успеваемости промежуточной аттестации студентов АНПОО «НКТС» и учебному плану.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения текущего контроля и промежуточной аттестации и проводится с целью оценки качества освоения ППСЗ.

Формой итоговой аттестации по ППСЗ при освоении учебной дисциплины является **экзамен**.

### **2.1. Организация проведения текущего контроля**

Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на дисциплину ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», как традиционными, так и инновационными методами: выполнение практических работ, устный опрос, письменные работы по карточкам – заданиям, самостоятельная работа, решение ситуационных заданий, выполнение заданий внеаудиторной самостоятельной работы, тестирование.

### **2.2. Организация промежуточной аттестации**

Итоговый контроль освоенных умений и усвоенных знаний дисциплины ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» осуществляется на экзамене.

#### **2.2.1. Формы и методы оценивания**

Предметом оценки на промежуточной аттестации служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по учебной дисциплине ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», направленные на формирование общих и профессиональных компетенций. Умения и знания оцениваются по пятибалльной шкале.

## 2.2.2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

В результате аттестации по учебной дисциплине ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также динамика формирования общих компетенций:

Результаты обучения: освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата
<b>Умения:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации;</li><li>- применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения;</li><li>- применение знаний менеджмента в профессиональной деятельности;</li><li>- анализ ситуации на рынке товаров и услуг</li></ul>	Текущий контроль заключается в: <ul style="list-style-type: none"><li>- экспертной оценки результатов деятельности на практической работе,</li><li>- выполнении самостоятельной внеаудиторной работы, решении практических задач</li></ul>
<b>Знания:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основных положений экономической теории;</li><li>- принципов рыночной экономики;</li><li>- современного состояния и перспектив развития отрасли;</li><li>- роли и организации хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li><li>- механизмов ценообразования на продукцию (услуги);</li><li>- форм оплаты труда;</li><li>- стилей управления, видов коммуникации;</li><li>- принципов делового общения в коллективе;</li><li>- управленческого цикла;</li><li>- особенностей менеджмента в области управления и сервиса многоквартирного дома;</li><li>- сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга, его связи с менеджментом;</li><li>- форм адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</li></ul>	оценка выполнения тестового задания, выполнения самостоятельной внеаудиторной работы

### **3. КОМПЛЕКТ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕННЫХ УМЕНИЙ И УСВОЕННЫХ ЗНАНИЙ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

#### **3.1. Формы и методы текущего контроля знаний и умений**

В ходе текущего контроля знаний и умений по учебной дисциплине ОП.04 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» применяются следующие формы и методы контроля и оценки:

- задачи и задания для выполнения практических работ;
- выполнения упражнений в рабочей тетради;
- тест;
- собеседование;
- защита практических работ по темам в форме устных вопросов преподавателя.

Задания, используемые для проведения текущего контроля, отражаются в методических разработках для выполнений практических работ, а также в рекомендациях, помещенных в рабочей тетради. Конкретный перечень мероприятий текущего контроля отражается в календарно - тематическом плане учебной дисциплины.

#### **Типовые задания для проведения текущего контроля**

##### **Решить ситуационные задачи**

##### **Задача 1.**

Определите ВВП по методу потока расходов на основании следующих данных (в у.ед.):

- процент за кредит – 50
- закупки правительства – 620
- импорт – 350
- экспорт – 420
- амортизационные отчисления – 160
- заработная плата – 180
- личные потребительские расходы – 1100
- чистые инвестиции – 750

##### **Задача 2.**

Допустим, функция спроса равна  $Q_d = 100 - P$ , а функция предложения  $Q_s = 2P - 50$ .

Найдите равновесную цену и равновесное количество.

Если правительство решит снизить цену до 40руб., стремясь стимулировать потребителя, к чему это приведет?

##### **Задача 3.**

Темп инфляции 0,04% за месяц.

Рассчитать на сколько увеличатся цены за год при сохранении темпа инфляции?

**Контрольная работа**  
**Вариант 1**

1. Основные вопросы экономики:

- 1) что производить;            3) как производить;  
2) для кого производить;    4) зачем производить.

2. Нормальная продолжительность рабочего времени работников в учреждении не может превышать:

- 1) 36 часов в неделю;        3) 48 часов в неделю;  
2) 40 часов в неделю;       4) 50 часов в неделю.

3. Ежегодный основной оплачиваемый отпуск предоставляется работникам продолжительностью не менее:

- 1) 28 календарных дней;        3) 42 календарных дня;  
2) 30 рабочих дней;            4) 48 рабочих дней.

4. Безработица – это

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Оплачиваемый отпуск должен предоставляться работнику:

- 1) ежегодно;                    3) один раз 2 года;  
2) один раз в 1,5 года;        4) в сроки, определяемые работодателем.

6. Перечислите инструменты денежно-кредитной политики

---

---

---

---

---

---

---

---

7. Какие виды организаций Вы знаете:

---

---

---

---

---

---

---

---

8. Как оплачивается работа в выходной и нерабочий праздничный день?

9. Дайте определение фискальной политике.

---

---

---

---

---

---

---

---

10. Какие виды налогов уплачивает домоуправляющая компания, созданная в форме АО?

---

---

---

---

---

---

11. В комплекс маркетинга входит:

---

---

---

12. Тайм-менеджмент – это:

---

---

---

13. К формам нематериального стимулирования труда относятся:

---

---

---

14. Какие виды маркетинговых исследований Вы знаете:

---

---

---

15. Какие виды рекламы запрещены в России:

---

---

---

## Вариант 2

1. Налог – это

---

---

---

---

2. Из каких частей состоит заработная плата:

- 1) оклад; 3) компенсационные надбавки;  
2) стимулирующие надбавки; 4) компенсации.

3. Сверхурочные работы не должны превышать для каждого работника:

- 1) 2-х часов в течение 2-х дней подряд и 80 часов в год;  
2) 4-х часов в течение 2-х дней подряд и 120 часов в год;  
3) 3-х часов в течение 2-х дней подряд и 100 часов в год;  
4) 2-х часов в течение 2-х дней подряд и 120 часов в год.

4. Какие виды спроса вы знаете:

---

---

---

---

5. Какие стратегии ценообразования может использовать организация?

---

---

---

---

---

---

6. Коммерческие организации – это:

---

---

---

---

7. Кто был основоположником менеджмента:

1) А. Файоль;

3) Э. Мэйо;

2) Ф. Тейлор;

4) М. Фоллет.

8. Безработица – это:

---

---

9. Какие виды инфляции Вы знаете?

---

---

---

---

---

---

10. Какие обязанности у HR-менеджера?

---

---

---

---

---

---

11. Кто автор теории «длинных волн»:

1) Н. Кондратьев;

3) Н. Карамзин;

2) Н. Блатов;

4) Н. Лобачевский.

12. Что такое маркетинг мест?

---

---

---

---

13. Какие показатели входят в систему национальных счетов?

---

---

---

---

14. Назовите последовательность этапов принятия управленческих решений:

---

---

---

15. Какие виды затрат несет организация?

---

---

---

**Перечень тем для рефератов:**

1. Типы экономических систем
2. Понятие и виды рынка
3. Понятие и виды затрат
4. Понятие и структура заработной платы
5. Понятие и виды налогов
6. Структура бюджетной системы РФ
7. Сущность фискальной политики
8. Роль и функции Центрального банка России
9. Денежно-кредитная политика Банка России
10. Понятие и сущность менеджмента
11. Принципы тайм-менеджмента
12. Управление снабжением. Госзакупки.
13. Управление производством
14. Понятие и виды маркетинга
15. Процесс принятия управленческих решений
16. Концепции маркетинга
17. Комплекс маркетинга
18. Окружающая среда организации
19. SWOT-анализ
20. Конкурентоспособность продукции
21. Конкурентоспособность организации
22. Методы ценообразования в организации
23. Понятие и виды рекламы
24. Понятие и виды маркетинговых исследований
25. Методы маркетинговых исследований
26. Статистические методы обработки результатов маркетинговых исследований
27. Закон спроса и предложения
28. Равновесие на рынке. Дефицит и излишек.
29. Эластичность спроса и предложения по цене
30. Экономические функции государства
31. Доход и прибыль организации

32. Правило максимизации прибыли
33. Государственные доходы и расходы
34. Банковская система России
35. Система национальных счетов
36. Политика государства в сфере занятости населения
37. Понятие и виды инфляции
38. Понятие и виды безработицы
39. Экономический рост
40. Экономические кризисы
41. Экономические союзы
42. Финансы домохозяйств

### **3.2. Вопросы для проведения промежуточной аттестации**

Условием допуска к экзамену является положительная текущая аттестация по всем видам самостоятельных и практических работ по всем разделам курса.

#### **Критерии оценки:**

Оценки «отлично», «хорошо» и удовлетворительно выставляются только при успешном выполнении всех практических работ в течение семестра.

*Оценка «отлично»* предполагает знание правового обеспечения профессиональной деятельности.

*Оценка «хорошо»* предполагает полное владение материалом по заданной теме, но содержание ответов на некоторые вопросы преподавателя имеют отдельные неточности.

*Оценка «удовлетворительно»* предполагает знание и понимание по заданной теме, но изложение неполно, непоследовательно, допускаются неточности в определении понятий.

*Оценка «неудовлетворительно»* предполагает ошибки в определении понятий, искажающие смысл, беспорядочное и неуверенное изложение материала, ошибки в ответах на вопросы преподавателя.

## **СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.02.11 Управление, эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома.**

### **ДИСЦИПЛИНА**

#### **ОП.04 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА.**

##### **Экзаменационные тестовые задания.**

#### **Вариант 1.**

Раздел 1 Основы экономики.

Задание 1.

Определите, какие блага относятся к естественным, а какие к экономическим (созданным трудом людей) благам – продуктам:

- а) грибы
- б) уголь и руда в шахтах и на рудниках
- в) бананы

г) руда на металлургическом заводе

д) капуста

Задание 2.

Верно или неверно:

а) Производство создает только материальные блага.

б) Современное производство создает нематериальные блага.

в) Материальное производство не оказывает услуги.

г) Современное производство включает сферу услуг.

Задание 3.

Дать понятие и пример услуги и «нематериального блага»

Задание 4.

Тест

Экономическая теория изучает:

а) технику – средство труда;

б) технологию изготовления экономических благ;

г) политические отношения, возникшие при воздействии государства на экономику;

д) правовые отношения, связанные с применением юридических законов в хозяйственной деятельности;

е) экономические отношения между людьми, возникающие в процессах производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг.

Задание 5.

Изобразить схематично кругооборот экономических благ.

Задание 6.

Какие основные вопросы решает экономика.

Задание 7.

Тест

Право собственности:

а) владение, пользование и распоряжение имуществом;

б) имущественное отношение между людьми;

в) общее имущество, состоящее из взносов всех собственников.

Задание 8.

Тест

Экономическая власть

а) присвоение основных средств производства;

б) имущественное отношение между людьми;

в) полное огосударствление собственности в обществе.

Задание 9.

Тест

Кооперация труда

а) форма организации совместного труда;

б) обособление разных видов труда;

в) изготовление продуктов для продажи на рынке.

Задание 10.

Тест

Разделение труда

а) обособление разных видов труда;

- б) способность товара обмениваться на равноценные блага;
- в) изготовление продуктов для продажи на рынке.

Задание 11.

Тест

Товарное производство

- а) изготовление продуктов для продажи на рынке
- б) способность товара обмениваться на равноценные блага;
- в) хозяйство создает продукты для собственного потребления.

Задание 12.

Перечислите типы собственности, признанные в России, в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации.

Раздел 2. Основы менеджмента.

1. Процесс целенаправленного воздействия на объект – это:

- 1. Менеджмент
- 2. Управление
- 3. Функция менеджмента
- 4. Связующая подсистема

2. В системе управления организацией - субъект управления – это:

- 1. Управляющая подсистема
- 2. Управляемая подсистема
- 3. Связующая подсистема
- 4. Ресурсы

3. В процессе управления обратная связь может быть реализована в следующем виде:

- 1. Приказ, распоряжение, указание
- 2. План, задание
- 3. Отчет
- 4. Задание

4. Предмет труда работников управления:

- 1. Сырье, материалы
- 2. Готовая продукция
- 3. Информация
- 4. Ресурсы

5. Социотехнический тип структуры организации – это:

- 1. Совокупность материальных элементов
- 2. Совокупность участников
- 3. Совокупность рабочих мест
- 4. Деловое окружение

6. Организационная структура – это:

- 1. Завершенный технологический процесс
- 2. Упорядоченная совокупность взаимосвязанных подразделений организации
- 3. Создание в рамках организации подразделений для решения конкретных задач
- 4. Группа специалистов

7.Субъективные элементы организационной культуры:

1. Отражают духовную сторону ее жизни
2. Отражают материальную сторону ее жизни
3. Совокупность социально значимых качеств
- 4.Образ мышления

8.Один из принципов организации – это:

1. Цикличность
2. Наличие цели
3. Взаимопомощь
- 4.Наличие традиций

9.По механизму функционирования организации делятся на:

1. Официальные и неофициальные
2. Механические и органические
3. Формальные и неформальные
- 4.Обособленные и необособленные

10.Регулирующая функция организационной культуры:

- 1.Облегчает взаимное приспособление людей друг к другу
- 2.Поддерживает необходимые правила и нормы поведения членов организации
3. Создает барьеры от нежелательных воздействий
- 4.Создаёт эмоциональную привлекательность

Раздел 3. Основы маркетинга.

(тест может содержать несколько вариантов ответов)

1. Отметьте, как в маркетинге называют источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар:

- а) критерием сегментирования;
- б) брендом;
- в) имиджем товара;
- г) атрибутом позиционирования

2. Выберите, какими утверждениями характеризуется социальная реклама в практике маркетинговых коммуникаций:

- а) направлена на благотворительные цели;
- б) направлена на формирование имиджа организации;
- в) направлена на различные социальные слои с целью совершать повторные покупки;
- г) представляет общественные или государственные интересы.

3. Отметьте, в чем заключается сущность политик цен предприятия в практике маркетинга:

- а) в создании и поддержании оптимального уровня и структуры цен;
- б) в изменении цен с учётом инфляции;
- в) в изменении цен во времени по товарам и рынкам при определённой рыночной ситуации;
- г) в установлении максимальных цен.

4. Ценовую стратегию «снятия сливок» в маркетинге характеризуют данные утверждения:

- а) цель – быстрое получение прибыли;
- б) товар покупают нечувствительные к цене суперноваторы и новаторы;
- в) цель – быстрое завоевание доли рынка;
- г) товар покупают чувствительные к цене группы покупателей.

5. Что из данного относится к элементам маркетинговой микросреды:

- а) законодательство в области предпринимательства
- б) социально-культурная ситуация в стране
- в) клиентура фирмы
- г) политическая ситуация в стране

6. Определите, что подходит для выявления покупательских предпочтений?

- а) анкетный опрос
- б) контент-анализ прессы
- в) моментные обследования магазинов
- г) эксперимент

7. Выберите сферу, в которой признаками маркетинговой макросреды являются: рынок капитала, рынок труда, структура национального дохода, инфляция, колебания конъюнктуры :

- а) политики
- б) технологий
- в) экономики
- г) демографии

8. Определите, на чем организация, реализующая концепцию традиционного маркетинга, как правило, не концентрирует усилий:

- а) изучении потребителей
- б) исследовании спроса и предложения товара
- в) интенсификации сбыта и рекламы
- г) снижение издержек производства

9. Определите, что относится к элементам маркетинговой микросреды:

- а) законодательство в области предпринимательства
- б) социально-политическая ситуация в стране
- в) клиентура компании
- г) демография в стране

10. Отметьте, что из данного является главным в концепции социально-этического маркетинга:

- а) обеспечение повышения материального благосостояния людей
- б) учет интересов производителя, потребителя и общества в целом
- в) обеспечение наилучших финансовых результатов организации
- г) обеспечение наиболее полного рынка.

**ДИСЦИПЛИНА**  
**ОП.04 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА.**

**Экзаменационные тестовые задания.**

**Вариант 2.**

Раздел 1 Основы экономики.

Задание 1.

Установите, какие из благ являются предметами потребления, а какие средствами производства:

- а) сахар-песок;
- б) соль;
- в) коньки;
- г) грузовая машина;
- д) персональный компьютер.

Задание 2.

Тест

Ограничение ресурсов – это проблема, которая:

- а) существует у всех людей и стран;
- б) не касается богатых людей;
- в) есть только в бедных странах.

Задание 3.

Изобразите схематично структуру современного производства, возникшего на рубеже 20-21 вв.

Задание 4.

Верно или неверно:

- а) Все материальные потребности растут безгранично.
- б) Во всех странах расширение потребностей обгоняет рост производства.
- в) Недостаточность ресурсов объясняется безграничностью потребности людей.
- г) Во всем мире ресурсы являются редкими.

Задание 5.

Перечислите, что в себя включают факторы производства.

Задание 6.

Тест

Собственность

- а) общее имущество, состоящее из взносов всех собственников;
- б) имущественное отношение между людьми;
- в) владение, пользование и распоряжение имуществом.

Задание 7.

Тест

Общая долевая собственность

- а) владение, пользование и распоряжение имуществом;
- б) общее имущество, состоящее из взносов всех собственников;
- в) полное огосударствление собственности в обществе

Задание 8.

Тест

Государственный социализм

- а) владение, пользование и распоряжение имуществом;
- б) имущественное отношение между людьми;
- в) полное огосударствление собственности в обществе.

Задание 9.

Тест

Эффект масштаба производства

- а) форма организации совместного труда;
- б) объем выпуска продукции в зависимости от размера предприятия
- в) изготовление продуктов для продажи на рынке.

Задание 10.

Тест

Натуральное хозяйство

- а) изготовление продуктов для продажи на рынке;
- б) хозяйство создает продукты для собственного потребления;
- в) обособление разных видов труда.

Задание 11.

Тест

Меновая стоимость

- а) объем выпуска продукции в зависимости от размера предприятия;
- б) изготовление продуктов для продажи на рынке;
- в) способность товара обмениваться на равноценные блага.

Задание 12.

Тест

Главная проблема экономики

- а) какие товары должны производиться в данной экономической системе;
- б) распределение редких ресурсов;
- в) кто будет покупать произведенные товары и услуги.

Раздел 2. Основы менеджмента.

1. Совокупность приемов методов и средств осуществления управления организацией

– это:

1. Менеджмент
2. Управление
3. Функция менеджмента
4. Связующая подсистема

2. В системе управления организацией - объект управления – это:

1. Управляющая подсистема
2. Управляемая подсистема
3. Связующая подсистема
4. Ресурсы

3. Из внешней среды в организацию не поступают:

1. Информация
2. Ресурсы
3. Директивные указания
4. Отчетные данные

4. Субъект менеджмента – это:

1. Человек (группа людей), создающий управленческие воздействия
2. Школа менеджмента
3. Метод организации труда
4. Деловое окружение

5. Микросреда организации – это:

- 1) Деловое окружение
- 2) Фоновое окружение
- 3) Политика государства
4. Метод организации труда

6. Линейно-штабная структура управления характеризуется:

1. Элементарной структурой управления
2. Группой специалистов, обладающих рекомендательными и контрольными полномочиями
3. Поглощением полномочий
4. Суммой возможностей организации

7. Менталитет членов организации – это:

1. Табу, ограничения
2. Символы, традиции
3. Образ мышления
4. Задачи

8. Период существования организации делится на основные фазы:

1. Их 7
2. Их 5
3. Их 9
4. Их 3

9. Управленческая ступень – это:

1. Совокупность звеньев определенного уровня управления
2. Упорядоченная совокупность звеньев
3. Звенья линейного управления
4. Совокупность правил

10. Объективные элементы организационной культуры

1. Отражают духовную сторону жизни организации
2. Отражают материальную сторону жизни организации
3. Создают эмоциональную привлекательность
4. Создают образ в глазах окружающих

Раздел 3. Основы маркетинга.

(тест может содержать несколько вариантов ответов)

1. Чего не должно быть в вопросах анкеты?
  - а) ошибок количественных оценок
  - б) ошибок качественных оценок
  - в) двусмысленных толкований
  - г) информации об исследовательской компании
2. Выберите из перечисленных вариантов, что не принято относить к функциям маркетолога:
  - а) сбор и оценку рыночной информации
  - б) подготовку смет и расчетов себестоимости товаров
  - в) подготовку смет и расходов по маркетингу
  - г) разработку прогнозов спроса потребителей
3. Что из данного по теории маркетинга относится к источникам первичной информации?
  - а) деловая корреспонденция предприятия
  - б) результаты опроса продавцов о поведении потребителей и данные наблюдения реакции потребителей на товар
  - в) результаты опросов потребителей товаров и услуг
  - г) результаты ранее проведенных исследований мнений и предпочтений потребителей
4. Выберите, что характерно для панельного исследования как метода сбора первичной информации:
  - а) участие в опросах интервьюеров
  - б) проведение опросов от случая к случаю, по мере необходимости
  - в) повторные опросы одних и тех же респондентов и возможность наблюдения изменений
  - г) более низкое качество собираемой информации
5. Компания пришла к выводу о целесообразности расширения своего ассортимента за счет детских товаров, проанализировав возрастную структуру населения России, политику государственной поддержки детской рождаемости. Как называются данные факторы?
  - а) контролируемые внешние факторы
  - б) контролируемые внутренние факторы
  - в) неконтролируемые внутренние факторы
  - г) неконтролируемые внешние факторы
6. Чему уделяет основное внимание организация, которая придерживается маркетинговой концепции?
  - а) удовлетворению потребностей клиентов, изучению потребностей рынка
  - б) выбору посредников и поставщиков
  - в) снижению себестоимости продукции
  - г) увеличению расходов на рекламу
7. Лучше всего суть понятия «концепция маркетинга» проявляется в данном утверждении:
  - а) план работы организации по сбыту товара
  - б) интегрированная целевая философия маркетинговой деятельности
  - в) система основных идей маркетинга, общий замысел
  - г) совокупность методов воздействия на потребителей
8. Какие средства стимулирования сбыта используют в практике маркетинга?
  - а) конкурсы, лотереи;

- б) объявления на транспорте, в печати;
  - в) экспозиции и демонстрации товара в местах продажи;
  - г) радиопередачи, реклама на телевидении.
9. Отметьте источник первичной маркетинговой информации:
- а) опросы потребителей
  - б) материалы отраслевой статистики
  - в) маркетинговая разведка
  - г) материалы Росстата
10. Выберите несколько вариантов. В маркетинге покупатель – это субъект, который:
- а) обладает правами выбирать товар, оговаривать условия и сроки покупки товара;
  - б) непосредственно совершает покупку;
  - в) оказывает влияние на решение о покупке;
  - г) является инициатором покупки.

**Вопросы для экзамена «экономика, менеджмент, маркетинг».**  
**перечень вопросов по разделу «основы экономики»**

1. Экономика как наука о хозяйственной деятельности.
2. Потребности и их виды.
3. Проблема ограниченности ресурсов. Выбор. Основные вопросы экономики.
4. Формы и модели общественного хозяйства.
5. Сущность рынка как экономической категории. Функции рынка.
6. Отношения собственности в рыночной экономике.
7. Факторы производства.
8. Типы рыночных структур. Конкуренция.
9. Монополия и монополистическая конкуренция.
10. Олигополия.
11. Производственные возможности. График производственных возможностей.
12. Эффективность производства. Процесс производства и воспроизводства.
13. Закон спроса по цене.
14. Закон предложения по цене.
15. Закон экономического равновесия.
16. Стоимость товаров. Соотношение цены и стоимости товаров.
17. Макроэкономические показатели.
18. Сущность и экономические причины безработицы. Виды безработицы. Меры борьбы с безработицей.
19. Инфляция. Источники инфляции. Варианты антиинфляционной политики.
20. Распределение доходов в обществе.
21. Экономический рост и его типы.
22. Экономический цикл и его фазы.
23. Монетарная политика. Основные цели и инструменты монетарной политики.
24. Фискальная политика государства.
25. Деньги. Функции денег. Виды денег.

26. Денежно-кредитная система страны. Банковская система.
27. Мировой рынок товаров.
28. Мировой рынок услуг.
29. Мировой рынок валют.
30. Глобализация мировой экономики. Формы проявления глобализации.
31. Факторы глобализации.
32. Актуальные проблемы российской экономики.
33. Предприятие в условиях рыночной экономики.
34. Маркетинг, его основные концепции.
35. Маркетинговые исследования.

перечень вопросов по разделу «основы менеджмента»

1. Основные школы управления.
2. Задачи современного менеджмента.
3. Принципы современного менеджмента.
4. Понятие организации и её признаки.
5. Внутренняя среда организации.
6. Внешняя (микро и макро) среда организации.
7. Законы организации.
8. Разновидности организаций.
9. Принципы формирования организационной структуры.
10. Звенья управленческой структуры, управленческая ступень.
11. Управленческие полномочия. Их распределение.
12. Типы управленческих структур. Элементарная структура управления.
13. Сложная линейная структура и линейно-штабная структура управления.
14. Организационная культура. Её функции.
15. Свойства человеческой личности. Их значение в управлении.
16. Признаки трудового коллектива.
17. Управленческие цели.
18. Планирование и прогнозирование. Типы планов.
19. Факторы, влияющие на активную деятельность людей.
20. Функции современного руководителя.
21. Лидер. Его отличия от руководителя.
22. Положительное влияние управленческих конфликтов.
23. Инновации. Их классификация.

перечень вопросов по разделу «основы маркетинга».

1. Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Основные концепции управления маркетингом.
3. Цели, задачи и основные принципы маркетинга.
4. Функции маркетинга.
5. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
6. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды.
7. Организация службы маркетинга на фирме.
8. Основные направления исследований в маркетинге.
9. Сущность, значение и виды маркетинговой информации.

10. Источники маркетинговой информации. Методы ее получения и анализа.
11. Виды и назначение маркетинговых исследований.
12. Понятие цены в маркетинге. Основные классификации и виды цен.
13. Последовательность и методы расчета цен.
14. Структура цены. Расчет цены продажи
15. Адаптация цен, виды ценовой адаптации.
16. Вертикальные, горизонтальные и комбинированные маркетинговые системы
17. Логистика в маркетинге.
18. Мерчандайзинг, его назначение, приемы и способы.
19. Общая характеристика рекламы, ее виды, функции, средства и носители.
20. Принципы рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности.
21. Планирование и бюджет рекламы.
22. Оценка эффективности рекламы: коммуникативная и коммерческая эффективность рекламы.
23. Приемы и методы стимулирования покупателей, посредников и продавцов.
24. Классификация и виды стратегий маркетинга.
25. Показатели качества услуги в сфере жилищно- коммунального хозяйства и критерии их оценки.