

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Малахова Светлана Владимировна
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 15.07.2026 17:21:32
Уникальный программный ключ:
cba47a2f4b9180af2546ef5354c4938c4a04716d

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный университет – МСХА
имени К.А. Тимирязева»

(ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева)
Калужский филиал
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по дисциплине «ОПЦ.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга»
специальность: **35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной
техники и оборудования**
форма обучения: очная

Калуга, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1	Перечень компетенций, индикаторов компетенций и дескрипторов	2
2	Описание показателей и критериев оценки индикаторов компетенций для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	2
3	Оценочные материалы для проведения текущего контроля закрытого типа	4
4	Оценочные материалы для проведения текущего контроля закрытого типа	14
5	Оценочные материалы для проведения текущего контроля закрытого типа	22
6	Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации закрытого типа	31
7	Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации открытого типа 4 семестр	38
8	Вопросы на установление последовательности.	38

**1. Перечень компетенций, индикаторов компетенций и
дескрипторов:**

ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8;
ПК 2.10

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;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Уметь:

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

**2. Описание показателей и критериев оценки индикаторов компетенций для
проведения текущей и промежуточной аттестации**

<i>Процедура оценивания</i>	<i>Шкала и критерии оценки, балл (%)</i>
------------------------------------	---

Тестирование для проведения текущей аттестации представляет собой выполнение обучающимся тестовых заданий, включающего в себя: Задание 1 типа – выполнение тестовых заданий закрытого типа; Задание 2 типа – выполнение тестовых заданий открытого типа. Время выполнения итогового тестирования – 40 минут: Задания 1 типа – 15 вопросов по 1 мин. каждый (15 мин); Задание 2 типа – 5 вопросов по 2 мин. каждый (10 мин); Задание 3 типа – 5 вопросов по 3 мин. каждый (15 мин).	Выполнение обучающимся заданий № 1 и № 2 оценивается по следующей балльной шкале: 30-27 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 26-15 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 14-0 – менее 50% правильных ответов. Выполнение обучающимся заданий № 3 оценивается по следующей балльной шкале: 40-36 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 35-20 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 19-0 – менее 50% правильных ответов	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-20 баллов Задание 2: 0-40 баллов Задание 3: 0-40 баллов 90 и более (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. интерпретирует полученный результат. 70 и более (хорошо) – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. 50 и более (удовлетворительно)
		– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Менее 50 (неудовлетворительно) – ответы неправильные или неполные.
Тестирование для проведения промежуточной аттестации представляет собой выполнение обучающимся тестовых заданий, включающего в себя: Задание 1 типа – выполнение тестовых заданий закрытого типа; Задание 2 типа – выполнение тестовых заданий открытого типа. Время выполнения итогового тестирования – 40 минут: Задания 1 типа – 15 вопросов по 1 мин. каждый (15 мин); Задание 2 типа – 5 вопросов по 2 мин. каждый (10 мин); Задание 3 типа – 5 вопросов по 3 мин. каждый (15 мин).	Выполнение обучающимся заданий № 1 и № 2 оценивается по следующей балльной шкале: 30-27 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 26-15 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 14-0 – менее 50% правильных ответов. Выполнение обучающимся заданий № 3 оценивается по следующей балльной шкале: 40-36 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 35-20 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 19-0 – менее 50% правильных ответов	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-20 баллов Задание 2: 0-40 баллов Задание 3: 0-40 баллов 90 и более (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. интерпретирует полученный результат. 70 и более (хорошо) – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. 50 и более (удовлетворительно) – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Менее 50 (неудовлетворительно) – ответы неправильные или неполные.

3. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации закрытого типа

7 семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Верный ответ	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов обучения по дисциплине	Время выполнения (мин.)
1.	Впервые введенный термин Ксенофонтом о ведении домашнего хозяйства переводится как:	а) Экономия б) Национальная экономика в). экономикс	А	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
2.	Желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку.	а) Потребность б). Спрос в). Нужда	Б	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
3	Какие разделы включает экономическая теория	а) Экономика потребления и производства б) внешнеэкономическая и национальная экономическополиическая теория в). Микро- и макро-экономика	В	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
4	Макроэкономика изучает	а) функционирование экономики в целом б) внешнюю среду организации в) Наиболее результативные показатели деятельности	А	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2

5	SWOD-анализ помогает получить информацию	а). о внутренней среде организации б). о внешней среде организации в) Оценить возможности и угрозы для предприятия г). Проанализировать сильные и слабые стороны Д. Все ответы верны	Д	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
6	Экономическая теория изучает:	а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал; б) Производство и обмен товарами; в) Цены, занятость, доходы. г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных	г)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2

		товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов; д) Материальные и духовные потребности.				
7	Кривая производственных возможностей показывает:	а) Лучшую из возможных комбинаций двух товаров; б) Полное использование ресурсов для производства двух товаров; в) Альтернативные издержки на производство товаров; г) Точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить; д) Альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном	д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2

		использовании данного количества				
8	Рынок как экономическая система представляет:	а) систему хаоса, анархии и неопределенности; б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции; в) систему экономических отношений производителей и потребителей; г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики; д) ни одно из утверждений не является верным	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
9	Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:	а) спрос равен предложению; б) цена равна издержкам производства плюс прибыль; в) величина предложения равна величине спроса;	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8;	3,У.	2

		г) государство устанавливает верхний предел роста цен; д) цена на товар или услуга не изменяется длительное время		ПК 2.10		
10	Управление - это	1. Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей. 2. Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу. 3. Эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя г) все ответы верны	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
11	Что не относится к функциям менеджмента:	а) планирование; б) распределение; в) стимулирование; г) все ответы верны	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

12	Планирование – это::	а) управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время; б) - перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития; в) обеспечение целенаправленного развития организации	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
----	----------------------	--	----	--	------	---

		в целом и всех её подразделений.; власть, основанная на вознаграждении; экспертная власть;				
13	По форме планирование бывает	а) долгосрочное; б) властное; в) экспертное; г) эталонное.	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
14	Что не относится к функции менеджмента	а) законность; б) добросовестность; в) мотивация; г) временность; д) все ответы верны	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
15	Задачи контроля:	а) сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности; б) оценка состояния и значимости полученных результатов в) разработка и принятие решений. власть, основанная на принуждении	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

16	Анализ – это	а) это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков; б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления; в) это управленческая	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
----	--------------	---	----	--	------	---

		деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования				
17	Кто является продолжателем теоретической работы Тейлора о менеджменте:	а) А. Файолль; б) Ч. Бебидж ; в) М. Вебер	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
18	Какие приемы не используются при психологических методах управления?	а) интервью; б) беседы; в) тесты. г) расчеты; д) наблюдения	д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

19	Управление – это	а) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя. б) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;; в) - особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
20	Конечной целью маркетинга является:	а) Сбыт продукции по наиболее выгодным ценам б) Полное удовлетворение	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9;	3,У.	2

		потребностей людей в) Обеспечение прибыли предприятию при наиболее полном удовлетворении потребностей людей;		ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
21	Какие потребности в теории А. Маслоу являются базовыми (находящиеся на нижнем уровне иерархии потребностей)?	а) физиологические; б) защищенности и безопасности; в) принадлежности и причастности; г) признание и уважение; д) самовыражение.	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

22	Товар в маркетинге – это:	а) Предметы или услуги, способные удовлетворить потребности людей, и реализуемые через товарный рынок б) Предметы или изделия, реализуемые определенной целевой аудитории в) Все то, что представлено на рынке на продажу	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
23	Стратегия маркетинга – это:	а Долгосрочный план сбыта товаров б) Определение целесообразности выпуска того или иного товара в долгосрочной перспективе в) Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией;	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
24	Макросреда маркетинга обусловлена:	а) Мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов б) Экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники; в) Предпочтениями потребителей в конкретный период времени;	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

25	Что из перечисленного изучает маркетинг?	а) Конъюнктуру определенного рынка в соответствии с запросами потребителей б) Формирование отпускной цены на товары; в) Движение трудовых ресурсов	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
----	--	--	----	--	------	---

26	Элементы микросреды маркетинга	а) являются основополагающими факторами при установлении цены на товар б) Представляют собой те факторы и явления в окружении предприятия, которые оно может контролировать; в) Не подлежат контролю со стороны предприятия	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
27	Маркетинг начинается с	а) Выяснения потребностей людей б) Определения объемов производства в) Планирования стратегии сбыта товаров; г) установление цен на товары и услуги.	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
28	Что относится к элементам микросреды маркетинга?	а) Взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, а также конкурентами б) Взаимоотношения предприятия с налоговыми органами; в) Взаимоотношения предприятия с государством. д) Кадры фирмы, финансы, производство и организация .	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
29	Что в маркетинге является потребностью	а) Желание потребителя обзавестись тем или иным товаром б) Специфический способ удовлетворения нужды, который соответствует уровню культурного развития	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

		индивида; в) Объективная необходимость в чемлибо, определяющая качество жизни потребителя; г) товар определенного качества				
30	Качество товара в маркетинге - это::	а) Определенные функциональные характеристики товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным б) Способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей; в) Соответствие товара регламентам и техническим условиям;; .	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
31	Какие факторы влияют на спрос	А) цена Б) доходы покупателей В) реклама Г) сезонность Д) все ответы верны	Д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
32	Какие факторы не влияют на эластичность спроса	А) Значимость товара для бюджета семьи. Б).Является ли товар предметом роскоши или предметом первой необходимости. В) Качества производственной системы Г).Консерватизм во вкусах.	В)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		

33	Как можно увеличить прибыль фирмы	А) максимизация доходов Б) минимизация трудового коллектива В) реформирование основных фондов	А)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
----	-----------------------------------	---	----	--	--	--

4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации открытого типа 7 семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Верный ответ	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов обучения дисциплины по	Время выполнения (мин.)
1.	общественная наука, которая изучает экономические отношения и законы в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ и услуг, хозяйственную деятельность людей в целях всё более полного удовлетворения их потребностей при ограниченных ресурсах.	-	Экономическая теория	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
2.	затраты организации, включая негативные последствия, стоимостная оценка которых затруднена	-	издержки	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

3	раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единое целое, совокупность экономических явлений	-	макрэкономика	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
4	наибольший объём выпуска продукции, который достигается при полном использовании ресурсов	-	Производственные возможности	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
5	Экономическая система при которой все	-	Командная экономика	ОК 1; - ОК 7; ОК	3,У.	2

	решения по экономическим проблемам принимает государство			9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
6	ценность лучшего из отвергнутых вариантов	-	Альтернативная стоимость	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
7	процесс создания экономических благ для удовлетворения потребностей человека.	-	Производство	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

8	процесс движения материальных благ и услуг от одного участника экономической деятельности к другому.	-	обмен	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
9	весь объем продукции, произведенной предприятием за определенный период, безотносительно к степени завершения: определяется как сумма товарной продукции и изменения объемов незавершенного производства на начало и конец периода.	-	валовая продукция	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
10	вид зависимости и величины покупок, которые покупатели готовы совершить на рынке	-	Спрос	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9;	3,У.	2

	определенного вида благ в определенный период времени, от уровня цены на эти блага (при прочих неизменных условиях).			ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
11	спрос на товары, которые вредны для здоровья или антисоциальны (сигареты, наркотики, огнестрельное оружие).	-	Нерациональный	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

12	спрос, возникающий тогда, когда многие потребители испытывают желание в чем-либо, но не могут его удовлетворить, так как товаров и услуг на рынке недостаточно (безвредные сигареты, безопасные жилые районы, экологически чистый автомобиль) называют	-	Скрытый	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
13	Какой закон утверждает, что при прочих равных условиях, повышение цены приводит к росту величины выпуска продукции	-	Закон предложения	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
14	ситуация, при которой интересы продавца и покупателя на рынке полностью совпадают, так что при данной	-	Равновесие рынка	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
15	степень изменения	-	Эластичность	ОК 1; -	3,У.	2

	в количестве предлагаемых товаров услуг в ответ : изменения в их цене		предложения	ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
--	---	--	-------------	---	--	--

16	конфигурация отраслей в зависимости от количества компаний, производящих идентичные продукты называется	-	Структура рынка	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
17	рынок, на котором доминирует небольшое количество компаний, которые вместе контролируют подавляющую долю рынка.	-	олигополия	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
18	Какой показатель свидетельствует об эффективности ее производственнобытовой деятельности	-	прибыль	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
19	Какой принцип требует постоянного уменьшения трудоемкости операций в процессе управления	-	Принцип экономии времени	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

20	методы базирующиеся на способах мотивации морального воздействия людей называется на	-	Социальнопсихологические	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
----	--	---	--------------------------	---	------	---

21	ценная бумага на предъявителя, дающая право на получение годового дохода в виде фиксированного процента, а в случае продажи - получение денежной компенсации.	-	облигация	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
22	решения людей о наилучшем использовании имеющихся ограниченных ресурсов	-	Экономический выбор	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
23	метод планирования, в котором предсказание будущего опирается на накопленный опыт и текущие предположения относительно будущего.	-	прогнозирование	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
24	ценная бумага на предъявителя, дающая право на получение годового дохода в виде фиксированного процента, а в случае продажи - получение денежной компенсации.	-	облигация	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

25	психологический или физиологический дефицит чего-либо, отраженный в восприятии человека.	-	потребности	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
26	процесс выбора целей и решений, необходимых для их достижения.	-	планирование	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9;	3,У.	2

				ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
27	финансовый результат деятельности организации, определяемый как разность между денежными поступлениями и денежными выплатами.	-	прибыль	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
28	стиль управления отличается отсутствием собственной инициативы у руководителя и нежеланием принимать на себя ответственность за управленческие решения, особенно, связанные с определенным риском.	-	либеральный	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

29	Как называется структура организации закреплённая в законодательных актах, инструкциях, положениях и т.д. или не закреплённое в документах, но общепринятое традиционное регламентирование работы организации.	-	формальная	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
30	процесс, связанный с межличностным и организационным общением при передаче информации как внутри компании, так и за её пределы.	-	коммуникация	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
31	вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена	-	маркетинг	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10;	3,У.	2
				ПК 2.8; ПК 2.10		
32	чувство нехватки чего-либо	-	нужда	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
33	если потребитель и не заинтересованы в товаре применяют мероприятия	-	Стимулирующего маркетинга	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

34	разработанное на основании изучения потребительского спроса, конъюнктуры, действий конкурентов общее направление деятельности компании на определенный период, позволяющее решать основные задачи компании с учетом имеющихся у нее ресурсов в условиях меняющейся рыночной ситуации	-	Стратегия маркетинга	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
35	способ продвижения бренда в интернете, который заключается в том, что информацию о компании распространяют сами потребители путем личных рекомендаций	-	Вирусный маркетинг	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

5. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации закрытого типа

7 семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Верный ответ	Код компетенции (индикатора)	Код планируемых результатов обучения по дисциплине	Время выполнения (мин.)
1.	Что включается в оценку альтернативной стоимости	а) Ценность товара + степень удовлетворения нужды б) время + ставка банковского процента в) явные затраты + упущенные возможности	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

2.	Экономическая теория изучает:	а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал; б) Производство и обмен товарами; в) Цены, занятость, доходы. г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов; д) Материальные и духовные потребности.	г)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
3	Кривая производственных возможностей показывает:	а) Лучшую из возможных комбинаций двух товаров; б) Полное использование ресурсов для производства двух товаров; в) Альтернативные издержки на производство товаров; г) Точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить; д) Альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном использовании данного количества	д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
4	Рынок как экономическая	а) систему хаоса, анархии и	в)	ОК 1; - ОК	3,У.	2

	система представляет:	неопределенности; б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции; в) систему экономических отношений производителей и потребителей; г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики; д) ни одно из утверждений не является верным		7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
5	Управление – это в менеджменте:	а) основной метод работы руководителя б) процесс упорядочения информации и грамотное распоряжение ею в) процесс прогнозирования и планирования, организации, координации, мотивации и контроля, который позволяет сформулировать цели организации и наметить пути их достижения	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
6	Что является объектом и субъектом менеджмента?	а) объекты – управленческие решения, субъекты – менеджеры, подчиненные б) объекты – производственная деятельность и взаимодействие с контрагентами, ресурсы всех видов, рынок, информация, субъект – менеджер в) объекты – деньги, трудовые ресурсы, рынок, субъект – рыночная экономика	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

7	Как осуществляется текущий контроль в организации?	а) путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8;	3,У.	2
---	--	--	----	---	------	---

		б) путем наблюдения за работой работников; в) с помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами; г) путем докладов на сборах и совещаниях;		ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
8	Контроль - это:	а) вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации; б) вид человеческой деятельности; в) наблюдение за работой персонала организации; г) наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий; д) постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
9	Под планированием понимают:	а) вид деятельности; б) отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации; в) перспективу развития; г) состояние организации; д) интеграцию видов деятельности.	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

10	Комплекс маркетинга включает	а) цена; б) продукт; в) место г) люди; д) все ответы верны.	д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
11	Какие разделы включает экономическая теория	а) Экономика потребления и производства б) внешнеэкономическая и национальная	В	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10;	3,У.	2

		экономическополиическая теория в). Микро- и макро-экономика		ПК 2.8; ПК 2.10		
12	Функция менеджмента по обеспечению выполнения программ, планов, заданий, управленческих решений.	а) мотивация б) контроль в) координация	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

13	К внутренней среде относятся:	а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты; б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, нтп, технологии, групповые интересы, международная среда; в) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура; г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль ; д) партнеры, персонал, социальнопсихологические условия.	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
14	Микроэкономика изучает	а) распределительны е территориально удаленные рынки; б) потребностях и вознаграждения; в) вознаграждения и удовлетворении отдельных людей; г) раздел экономики, который изучает поведение отдельных лиц и фирм при принятии решений, касающихся распределения ограниченных ресурсов, и взаимодействия между этими лицами и фирмами;	г)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
		д) мотивы производителей в организации деятельности.				

15	Что не относится к функции менеджмента	а) законность; б) добросовестность; в) мотивация; г) временность; д) все ответы верны	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
16	Анализ конкурентов организации проводится с целью:	а) определения их стратегии и сильных сторон; б) определения их целей и сильных сторон; в) определения их целей, стратегий, сильных и слабых сторон; г) определения стратегии; д) определения их целей и слабых сторон.	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
17	ценность лучшего из отвергнутых вариантов.:	а) альтернативная стоимость; б) цена ресурсов; в) конкурентное преимущество; г) полная стоимость	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
18	Метод экспертных оценок позволяет	а) учитывать вес и ценность критериев; б) проследить зависимость в издержках; в) прогнозировать события будущего	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
19	Конечной целью менеджмента	а) рационализация организации производства б) обеспечение прибыльности предприятия в) повышение мотивации работников	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

20	Какова важнейшая функция управления?	а) создание благоприятных условий для дальнейшего развития и функционирования предприятия б) повышение производительности труда работников в) постоянное внедрение достижений НТП в производство	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
21	Какие потребности в теории А. Маслоу являются базовыми (находящиеся на нижнем уровне иерархии потребностей)?	а) физиологические; б) защищенности и безопасности; в) принадлежности и причастности; г) признание и уважение; д) самовыражение.	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
22	Менеджмент – это наука, изучающая:	а) человеческий потенциал б) взаимодействие работников внутри коллектива в) процессы управления материальными, сырьевыми, трудовыми и т.д. ресурсами фирмы	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
23	Макросреда маркетинга обусловлена:	а) Мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов б) Экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники; в) Предпочтениями потребителей в конкретный период времени;	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

24	Менеджмент как наука – это:	а) комплекс междисциплинарных исследований, направленных на изучение принципов принятия эффективных управленческих решений б) специфическое экономическое знание, изучающее все виды ресурсов и управление	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
----	-----------------------------	---	----	--	------	---

		ими в) область знаний о том, как эффективно воздействовать на имеющиеся в организации ресурсы				
25	Методы менеджмента - это:	а) подходы к подбору и выбраковыванию ресурсов б) способы повысить эффективность используемых ресурсов в) приемы и способы воздействия на коллектив, а также отдельно взятых работников для достижения целей и миссии организации	в)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
26	Качество товара в маркетинге - это::	а) Определенные функциональные характеристики товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным б) Способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей; в) Соответствие товара регламентам и техническим условиям;; .	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

27	Какие факторы влияют на спрос	А) цена Б) доходы покупателей В) реклама Г) сезонность Д) все ответы верны	Д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
28	Рентабельность предприятия — это:	а) получаемая предприятием прибыль б) относительная доходность или прибыльность (измеряемая в процентах) как отношение прибыли к затратам капитала в) отношение прибыли к средней стоимости основных фондов и оборотных средств г) балансовая прибыль	б)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
		на 1 руб. реализованной _____ продукции д) отношение прибыли к цене изделия				
29	Какие факторы влияют на спрос	А) цена Б) доходы покупателей В) реклама Г) сезонность Д) все ответы верны	Д)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
30	Снижение прибыли предприятия является следствием...	А) роста себестоимости продукции Б) сокращения персонала В) роста оборачиваемости активов Г) снижения издержек производства	а)	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2

6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации открытого типа

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Верный ответ	Код компетенци и (индикатора)	Код планируемых результатов обучения дисциплины по	Время выполне ния (мин.)
1.	наука о выборе наиболее эффективных способов удовлетворения безграничных потребностей людей ограниченными ресурсами	-	экономика	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
2.	прибыль за период, полученная после вычета из прибыли всех расходов за этот период.	-	чистая прибыль	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
3	Как называется раздел экономической науки, который исследует поведение отдельных экономических	-	микроэкономика	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8;	3,У.	2

	субъектов — покупателей, фирм; анализирует механизм функционирования отдельных рынков, способы распределения ограниченных ресурсов, процесс формирования доходов и т.п.			ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
4	вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена	-	маркетинг	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

5	чувство нехватки чеголибо	-	нужда	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
6	финансовый результат деятельности организации, определяемый как разность между денежными поступлениями и денежными выплатами.	-	прибыль	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
7	прекращение деятельности предприятия как юридического лица без права правопреемства называется...	-	ликвидация	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
8	экономический показатель, который показывает, насколько эффективно используются ресурсы: сырье, кадры, деньги и другие материальные и нематериальные активы	-	рентабельность	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
9	процесс создания экономических благ для удовлетворения потребностей человека	-	Производство	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

10	денежное выражение стоимости единицы продукции.	-	цена	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
11	процесс движения материальных благ и услуг от одного участника экономической деятельности к другому	-	обмен	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
12	завершающий акт хозяйственной деятельности, конечная цель производства.	-	потребление	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
13	лицо, ответственное за определение общих целей, задач, механизма их реализации и осуществление контроля за деятельностью управляемой им организации.	-	руководитель	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
14	в экономической науке одна из функций управления; выбор соответствующих методов управления и создание условий, при которых мотивы исполнителей будут способствовать достижению общих	-	мотивация	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

	целей организации.					
--	--------------------	--	--	--	--	--

15	наемный управляющий, обладающий высокими профессиональными знаниями, человек, организующий конкретную работу, руководствуясь современными методами управления целью которого максимизация прибыли.	-	менеджер	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
16	это вид зависимости величины покупок, которые покупатели готовы совершить на рынке определенного вида благ в определенный период времени, от уровня цены на эти блага (при прочих неизменных условиях).	-	спрос	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
17	спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (например, не загруженность транспорта днем, перегруженность в часы "пик")	-	Нерегулярный спрос	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
18	спрос, когда большая часть рынка недолюбливает товар или услугу (прививки, медицинские операции).	-	Отрицательный спрос	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
19	количество товара, которое производители согласны представить на рынок по данной цене	-	предложение	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

20	ситуация, при которой интересы продавца и покупателя на рынке полностью совпадают, так что при данной цене величина предложения равна величине спроса	-	Равновесие спроса и предложения	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10;	3,У.	2
----	---	---	---------------------------------	---	------	---

				ПК 2.8; ПК 2.10		
21	Показатель, измеряющий насколько процентов изменится величина спроса при изменении цены	-	Эластичность спроса по цене	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
22	степень изменения в количестве предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене	-	Эластичность предложения	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
23	конфигурация отраслей в зависимости от количества компаний, производящих идентичные продукты	-	структура рынка	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
24	рынок, на котором присутствует много продавцов, однако мало покупателей	-	Олигопсония	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

25	рынок, на котором присутствует только один производитель товара или услуги	-	Монополия	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
26	систематическая проверка, проводимая в виде анализа, подтверждения и выверки бухгалтерских записей для выдачи	-	аудит	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9;	3,У.	2
	обоснованного заключения о том, что эти записи достаточно адекватно отражают экономические события и операции.			ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10		
27	психологический или физиологический дефицит чего-либо, отраженный в восприятии человека.	-	потребности	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
28	Рынок где существует большое количество компаний, каждая из которых имеет небольшую долю рынка и слабо дифференцированные продукты	-	Монополистическая конкуренция,	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2
29	числовой показатель, отражающий степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене	-	Коэффициент эластичности предложения	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	3,У.	2

30	способность рынка приходить в состояние равновесия путём установления прежней равновесной цены и равновесного объёма	-	Устойчивость равновесия	ОК 1; - ОК 7; ОК 9; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.8; ПК 2.10	З,У.	2
----	--	---	-------------------------	--	------	---

7. Вопросы на установление последовательности

Порядок проведения маркетингового исследования включает 5 последовательных этапов, поставьте их в верном порядке

- а. Отбор источников, сбор и анализ вторичной маркетинговой информации.
- б. Планирование и организация сбора первичной информации.
- в. Выявление проблем и формулирование целей исследования.
- г. Представление полученных результатов исследования.
- д. Систематизация и анализ собранной информации. **Правильный**

ответ

в); а); б); д) .г)

Определите последовательность расположения потребностей в пирамиде Маслоу, начиная с низших:

- А) потребность в самовыражении;
- Б) социальные потребности;
- В) физиологические;
- Г) потребность в безопасности и стабильности.

Правильный ответ

В); Г); Б); А).

8. Вопросы на установление соответствия Подберите

к каждому термину определение:

1 Нерегулярный	а явление постоянное (снижается посещаемость музеев, театров и т.п.).
2. Нерациональный	б спрос, когда большая часть рынка недолюбливает товар или услугу (прививки, медицинские операции).
3. Отрицательный	в спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (например, незагруженность транспорта днем, перегруженность в часы пик).
4. Скрытый.	г спрос на товары, которые вредны для здоровья или антисоциальны (сигареты, наркотики, огнестрельное оружие).

5 Падающий спрос	Д) спрос, возникающий тогда, когда многие потребители испытывают желание в чем-либо, но не могут его удовлетворить, так как товаров и услуг на рынке недостаточно (безвредные сигареты, безопасные жилые районы, экологически чистый автомобиль)
-------------------------	---

Правильные ответы

1- в, 2-г, 3-б, 4-д, 5 -а

Установите соответствие между понятиями из левой и правой колонок таблицы:

Факторы, влияющие на принятие управленческих решений	Виды факторов
1. Финансовая и кредитная политика государства	А) Факторы косвенного воздействия внешней среды
2. Способности руководителя	Б) Факторы прямого воздействия внешней среды
3. Конкуренция	В) Факторы внутренней среды
4. Ресурсы (финансы, время, оборудование и др.)	Г) Психологические факторы

Правильный ответ

1.А); 2.Г); 3.Б); 4.В)

Установите соответствие между понятиями из левой и правой колонок таблицы:

Виды потребностей	Характеристика
1. Физиологические	А) Страхование, защита, финансовая независимость
2. Социальные	Б) Стремление к творчеству, участие в принятии решений
3. Потребность в самовыражении	В) Пища, вода, жилье, отдых, одежда
4. Потребность в безопасности и стабильности	Г) Хорошие человеческие отношения, принадлежность к какой-либо социальной группе

Правильный ответ

1.В); 2.Г); 3.Б); 4.А).

Установите соответствие между понятиями из левой и правой колонок таблицы:

Стиль управления	Характеристика
1. • Монополистическая конкуренция, или конкурентный рынок	А) рынок, на котором присутствует только один производитель товара или услуги.
2. • Олигополия	Б) частный случай олигополии всего двух компаний
3. • Дуополия	В) существует большое количество компаний, каждая из которых имеет небольшую долю рынка и слабо дифференцированные продукты.
4. • Олигопсония	Г) рынок, на котором доминирует небольшое количество компаний, которые вместе контролируют подавляющую долю рынка..
5 • Монополия	Д) рынок, на котором присутствует много продавцов, однако мало покупателей

Правильный ответ

1.В); 2.Г); 3.Б); 4.д). 5 А)

Установите соответствие между понятиями из левой и правой колонок таблицы:

Факторы оценки предприятия при «SWOT-анализе»	Характеристика факторов
1. Сильные стороны предприятия	А) Быстрый рост рынка
2. Слабые стороны предприятия	Б) Хорошая репутация у потребителей
3. Благоприятные возможности	В) Изменение нужд и вкусов покупателей
4. Факторы угрозы	Г) Наличие устаревшей техники

Правильный ответ

1.Б);2.Г);3.А);4.В).