

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

Кафедра «Государственное управление и деловое администрирование»

УТВЕРЖДЕН
Заведующий кафедрой



Волконская А.Г

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

По дисциплине

ОП.12 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность: 19.02.12 Технология продуктов питания животного происхождения

Квалификация: техник-технолог

Формы обучения: очная

Кинель 2023

Перечень результатов освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ПК 3.1	Планировать основные показатели производственного процесса
ПК 3.2	Планировать выполнение работ исполнителями

Перечень вопросов для проведения устного опроса

Практическое занятие 1. Проблема выбора и границы производственных возможностей.

1. Что понимают под экономикой? На какие три главных вопроса призвана давать ответ наука экономика?
2. Что представляет собой кривая производственных возможностей? В чем суть этой экономической модели?
3. Что понимается под альтернативными издержками? Учитывают ли люди в повседневной жизни принцип альтернативных издержек?

Практическое занятие 2. Ресурсы предприятия.

1. Что такое трудовые ресурсы предприятия? Что понимается под производительностью труда?
2. Что собой представляют основные фонды?
3. Что собой представляют оборотные фонды?
4. Что понимается под земельными ресурсами предприятия?

Практическое занятие 3. Механизм функционирования рынка.

1. Объясните, что означает график кривой спроса.
2. Какие неценовые факторы влияют на изменение спроса?
3. Объясните, что означает график кривой предложения.
4. Какие неценовые факторы влияют на изменение предложения?
5. Что такое рыночное равновесие?

Практическое занятие 4. Эластичность спроса и предложения.

6. Что такое эластичность и неэластичность спроса?
7. Какие виды ценовой эластичности спроса вам известны?
8. Что такое эластичность и неэластичность предложения?
9. Какие виды ценовой эластичности предложения вам известны?

Практическое занятие 5. Конкурентное поведение потребителя.

1. Сформулируйте основные принципы рационального поведения потребителей на рынке.
2. Какие виды эффектов потребительских взаимовлияний вам известны?
3. Что означают термины «полезность», «общая полезность» и «предельная полезность»?
4. Сформулируйте закон убывающей предельной полезности (первый закон Госсена), приведите примеры убывающей предельной полезности блага.

Практическое занятие 6. Конкурентное поведение производителя.

1. Что понимается под издержками производства?

2. Раскройте сущность экономических, бухгалтерских, альтернативных издержек.

3. Отметьте различия между постоянными, переменными, общими, средними и предельными издержками производства.

4. Что показывает точка безубыточности?

5. Что означает термин «выручка», «прибыль»? Какие виды прибыли выделяют в микроэкономической теории?

Практическое занятие 7. Анализ ценовой политики предприятия, расчет себестоимости продукции и цены предложения.

1. Что такое себестоимость продукции?

2. Какие виды себестоимости вам известны?

3. Какие этапы включает процесс ценообразования?

4. Раскройте методы ценообразования?

5. Опишите возможные стратегии ценообразования.

Практическое занятие 8. Расчет заработной платы работников предприятия.

1. Дайте определение понятия оплаты труда и заработной платы.

2. Сформулируйте определение МРОТ.

3. Назовите формы и системы оплаты труда.

4. Какие системы оплаты труда могут применяться организациями?

5. Какие существуют доплаты и надбавки?

Практическое занятие 9. Менеджмент: сущность и характерные черты. Тайм-менеджмент.

1. Раскройте цель и задачи менеджмента.

2. Что представляет собой тайм-менеджмент?

3. Какие основные два вида тайм-менеджмента можно выделить в рамках повышения эффективности деятельности предприятия?

4. Опишите суть принципа Эйзенхауэра в управлении временем.

5. Опишите суть системы управления временем Франклина.

Практическое занятие 10. Анализ внутренней и внешней среды организации

1. Что представляет собой внешняя среда?

2. Что включает в себя внутренняя среда организации?

3. Какие элементы включает в себя SWOT-анализ?

4. Структура факторов внешней среды организации.

Практическое занятие 11. Процесс управления. Цикл менеджмента.

1. Что включает в себя процесс управления?

2. Что такое цикл менеджмента, какие элементы он включает?

3. Почему цикл менеджмента является основой управленческой деятельности?

4. В чем особенность организационной составляющей цикла менеджмента?

5. Почему так важно для менеджера организовать действенную систему контроля за работой предприятия?

Практическое занятие 12. Планирование. Мотивация труда.

1. Как осуществляется планирование деятельности предприятия?

2. Какие виды планов могут разрабатываться на предприятии?

3. Раскройте основные теории процесса мотивации?

4. Перечислите методы мотивация персонала.

5. Как менеджер может создать действенную систему мотивации труда персонала предприятия?

Практическое занятие 13. Методы управления.

1. Что такое методы управления?

2. Как классифицируются методы управления?

3. Чем характеризуются административные и экономические методы?

4. В чем различия и каковы возможности применения административных и экономических методов управления?

5. Охарактеризуйте социально-психологические управление предприятием.

Практическое занятие 14. Стили руководства. Процесс принятия управленческих решений.

1. Опишите директивный(авторитарный) стиль руководства.

2. Опишите демократический (коллегиальный) стиль руководства.

3. Опишите либеральный (попустительский или анархический) стиль руководства.

4. Раскройте этапы процесса принятия решений в организации

5. Какова логическая схема выработки управленческих решений?

Практическое занятие 15. Управление конфликтами и стрессами.

1. Раскройте понятие и сущность конфликта.

2. Что такое конструктивные и деструктивные конфликты.

3. Перечислите типы конфликтов.

4. Перечислите способы управления конфликтами?

5. Раскройте понятие, природу и причины стресса.

Практическое занятие 16. Сущность и содержание делового общения

1. Перечислите виды делового общения.

2. Представьте характеристики делового общения.

3. Какие ошибки допускаются в деловом общении?

4. Опишите структуру делового общения.

5. Перечислите основные принципы делового общения.

Практическое занятие 17. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга

1. Какова сущность, цели и состав организации маркетинга?
2. Опишите организационные структуры маркетинга.
3. Какие формы организации маркетинга вам известны?
4. Раскройте понятие комплекса маркетинга.

Практическое занятие 18. Информационные основы маркетинга. Маркетинговые исследования

1. Назовите основные критерии оценки информации.
2. Охарактеризуйте основные источники внутренней информации.
3. Перечислите основные источники вторичной информации.
4. Почему важно получить вторичную информацию раньше первичной?
5. Какие факторы могут повлиять на выбор методов маркетингового исследования?

Практическое занятие 19. Выбор системы распределения, товародвижения.

1. Какова роль каналов распределения в маркетинге?
2. Изменилось ли ее значение в последнее время? Аргументируйте свой ответ.
3. Выберите для анализа распределительной системы любую известную вам компанию и охарактеризуйте используемые ее каналы продвижения.
4. Проведите анализ системы продаж на сайте интернет-магазина Ozon.ru: широта ассортимента, условия платежей, удобство покупок.
5. По каким параметрам необходимо выбирать посредников?

Практическое занятие 20. Оценка эффективности каналов реализации продукции.

1. С помощью каких индикаторов эффективности сбыта можно оценить долю рынка?
2. Перечислите ключевые показатели для оценки эффективности работы канала сбыта?
3. Какие факторы необходимо учитывать при оценке эффективности каналов реализации продукции?
4. Опишите наиболее эффективные инструменты стимулирования сбыта, в чем их достоинства и недостатки?

Практическое занятие 21. Маркетинговые коммуникации.

1. Назовите основные элементы маркетинговых коммуникаций.
2. Опишите процесс маркетинговых коммуникаций. Какие помехи могут быть при осуществлении данного процесса?
3. Какие средства рекламы вы считаете наиболее эффективными при продвижении продукции мясной индустрии?

6. Охарактеризуйте основные виды деятельности по формированию общественного мнения.

7. На кого могут быть направлены методы стимулирования сбыта?

Критерии и шкала оценивания устного опроса

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он свободно владеет материалом, ориентируется в основных понятиях дисциплины;

- оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, не владеющему основополагающими знаниями по поставленному вопросу, если он не ориентируется в основных понятиях, не исправляет своих ошибок после наводящих вопросов.

Тематика докладов

1. Потребности человека и ограниченность ресурсов.
2. Экономика предприятия: цели, организационные формы.
3. Экономические кризисы в истории России.
4. Производственная и социальная инфраструктура предприятия.
5. Монополия в современной российской экономике
6. Преобразование собственности в России.
7. Структурная перестройка и экономический рост в России.
8. Международные экономические отношения
9. Международная торговля и внешнеторговая политика
10. Экологические проблемы российской экономики
11. Цифровизация экономики России.
12. Методы ценообразования на современном рынке
13. Современные подходы к оплате труда
14. Зарубежный опыт управления организацией.
15. Стратегическое планирование и его значение.
16. Харизматичность менеджера: сущность, значение и способы развития харизмы.
17. Основные методы определения эффективности управления.
18. Маркетинг в отношении малых предприятий
19. Функции менеджмента предприятий переработки
20. Маркетинг и возможности сети Интернет
21. Принятие и реализация управленческих решений
22. Анализ предпочтений и мотиваций покупки конечных потребителей
23. Понятие комплекса маркетинга и место в нем товарной политики рынка
24. Маркетинг на рынке мяса и мясопродуктов
25. Оценка производственно-сбытовых возможностей фирмы в маркетинговой деятельности

Критерии и шкала оценивания докладов:

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся подготовил доклад по выбранной теме, отражающий основные положения рассматриваемого вопроса и выступил на практическом занятии;

- оценка «не зачтено» выставляется, если не подготовлен доклад по выбранной теме или в нем не раскрыто основное содержание материала.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Сущность понятия экономика.
2. Экономические потребности и ресурсы.
3. Основы общественного производства.
4. Виды экономических систем.
5. Ресурсы предприятия.
6. Понятие рынка, виды рынков.
7. Функции рынка.
8. Спрос и его факторы.
9. Предложение и его факторы.
10. Взаимодействие спроса и предложения: рыночное равновесие.
11. Эластичность спроса и предложения.
12. Простейшая модель поведения потребителей.
13. Бюджетное ограничение. Правило максимизации полезности.
14. Мотивы деятельности предприятий и предпринимателей в рыночной экономике.
15. Издержки производства и прибыль.
16. Пути снижения издержек фирмы.
17. Понятие цены и ее функции.
18. Система цен в современной экономике.
19. Механизм рыночного ценообразования.
20. Ценовая политика предприятия.
21. Стратегии ценообразования.
22. Сущность и принципы оплаты труда.
23. Формы и системы оплаты труда.
24. Доплаты, надбавки, премии.
25. Факторы роста оплаты труда.
26. Сущность и особенности современного менеджмента.
27. Цели и задачи менеджмента.
28. Принципы управления.
29. Тайм-менеджмент.
30. Понятие организации и законы организации.
31. Типы организационных структур.
32. Внутренняя и внешняя среда организации.
33. Управленческий цикл и его этапы.
34. Планирование в системе управления.
35. Организация как функция управления.
36. Мотивация в менеджменте.
37. Функция контроля в системе управления.
38. Организационно-административные методы управления.
39. Экономические методы управления.
40. Социально-психологические методы управления.
41. Стили управления.
42. Лидерство и руководство.

43. Процесс принятия управленческих решений.
44. Управление конфликтами и стрессами.
45. Сущность и содержание делового общения.
46. Сущность и задачи маркетинга.
47. Функции маркетинга.
48. Понятие комплекса маркетинга.
49. Виды маркетинга.
50. Особенности, виды маркетинговых исследований.
51. Организация маркетинговых исследований.
52. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.
53. Критерии выбора каналов сбыта.
54. Торговые посредники: виды и типы.
55. Концепция жизненного цикла товаров.
56. Понятие, модели, стратегии маркетинговых коммуникаций.
57. Реклама: понятие, классификация основных средств.
58. Основные методы стимулирования сбыта.
59. Значение PR-технологий в маркетинговых коммуникациях.
60. Личные продажи как элемент маркетинговых коммуникаций.

Критерии оценивания устного ответа студента на зачёте

Оценка «зачтено» проставляется обучающемуся который отвечает на вопрос полно и развернуто, четко формулирует определения, касающиеся вопроса, подтверждает свой ответ фактическими примерами.

Оценка «не зачтено» выставляется при ответе, если обучающийся неправильно формулирует основные определения, касающиеся вопроса, или вообще не может их дать, не подтверждает свой ответ фактическими примерами

Перечень вопросов для оценки сформированности компетенций

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

1. Редкость означает...

- а). трудоемкость;
- б). неповторимость;
- в). высокое качество;
- г). ограниченность.

Ответ: г).

2. В командной экономике распределение осуществляется:

- а). децентрализованно;
- б). централизованно;
- в). на основе механизма «невидимой руки»;
- г). на основе директивного государственного планирования.

Ответ: б).

3. Метод изучения хозяйственных явлений, при котором исследователь отвлекается от второстепенного, чтобы выявить существенное и постоянно повторяющееся, называется:

- а). научная абстракция;
- б). дедукция;
- в). анализ;
- г). исторический метод.

Ответ: а).

4. Переход от изучения единичных факторов к общим положениям и выводам обеспечивается при помощи такого метода экономической науки, как...

- а). индукция;
- б). дедукция;
- в). синтез;
- г). моделирование.

Ответ: а).

5. Логические понятия, отражающие наиболее общие и существенные стороны экономической жизни общества, называются экономическими...

- а). противоречиями;
- б). категориями;
- в). законами;
- г). потребностями.

Ответ: б).

6. Что из перечисленного является признаком только монопольного рынка?

- а). большие постоянные издержки;
- б). один продавец;
- в). несколько крупных продавцов;
- г). дифференциация продуктов.

Ответ: б).

7. Общая полезность растет, когда предельная полезность:

- а). уменьшается;
- б). увеличивается;
- в). увеличивается в медленном темпе;
- г). является величиной отрицательной.

Ответ: а).

8. Кривые безразличия не могут...

- а). быть выпуклыми к началу координат;
- б). пересекаться;
- в). иметь отрицательный наклон;
- г). быть проведены через любую точку в пространстве товаров.

Ответ: б).

9. Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать:

- а). разницу между общей и предельной полезностью;
- б). общую полезность;
- в). среднюю полезность;
- г). предельную полезность.

Ответ: б).

10. Что включается в понятие основного капитала?

- а) станки, машины, оборудование;
- б) готовая продукция;
- в) ценные бумаги;
- г) заработная плата.

Ответ: а

11. Общность экономических законов и законов природы состоит в том, что они...

Ответ: действуют независимо от воли и сознания людей.

12. Любая точка над КПВ может означать, что ...

Ответ: ресурсы используются полностью и эффективно.

13. Эластичность спроса по цене характеризуется отношением...

Ответ: процентного изменения величины спроса к процентному изменению цены на товар.

14. Рынок находится в равновесии, если:

Ответ: спрос равен предложению.

15. Потребительское равновесие на карте безразличия – это...

Ответ: любая точка на самой высокой из кривых безразличия.

16. Если потребитель выбирает комбинацию, представленную точкой, лежащей на плоскости, ограниченной бюджетной линией, то он:

Ответ: максимизирует полезность.

17. Эффект замены – это рост спроса на товар, вызванный:

Ответ: изменением общего уровня цен на все товары.

18. График постоянных издержек выглядит как ...

Ответ: горизонтальная прямая.

19. Предприятие примет решение о своем закрытии, если его убыток превышает:

Ответ: постоянные издержки.

20. В рамках модели КПВ увеличить объем производства какого-то продукта:

Ответ: можно, если сократить производство каких-либо других продуктов.

21. Что такое «экономика»?

Ответ: Экономика – наука, изучающая закономерности, особенности и процессы производства, распределения, обмена и потребления благ (товаров и услуг).

22. На какие три главных вопроса призвана отвечать экономика?

Ответ: Что производить (как удовлетворить потребности общества)? Как производить (как использовать ресурсы)? Для кого производить (кто получит произведенный продукт)?

23. Если на рынке товаров цена станет выше равновесной, то к чему это приведет?

Ответ: При цене выше равновесной на рынке возникает излишек товара, т.е. величина предложения превышает величину спроса.

24. Что такое валовой национальный продукт?

Ответ: Валовой национальный продукт – это рыночная стоимость всей конечной продукции, произведенной в экономике страны, исключая стоимость продукции, произведенной на предприятиях, принадлежащих иностранцам.

25. В чем проявляется инфляция?

Ответ: Инфляция проявляется в устойчивом росте общего уровня цен и падении реальных доходов населения.

26. Что такое «спрос» на товар или услугу?

Ответ: Спрос на товар или услугу – желание и способность покупателей купить какое-либо количество товара по определенной цене в определенное время.

27. Что такое «предложение»?

Ответ: Предложение – желание производителей предложить (готовность произвести) определенное количество товара по определенной цене в течение определенного времени.

28. Какими основными признаками характеризуется фаза экономического спада (кризиса)?

Ответ: сокращение производства; снижение спроса; снижение доходов предприятий, домашних хозяйств, государства; рост безработицы.

29. Что предполагает ценовая конкуренция?

Ответ: При ценовой конкуренции фирма стремится к успеху за счет снижения цен на товары и услуги без изменения их качества.

30. Каковы основные цели денежно-кредитной политики государства?

Ответ: Повышение благосостояния граждан, обеспечение низкой инфляции, создание условий для экономического роста.

ПК 3.1. Планировать основные показатели производственного процесса

1. К макросреде предприятия относятся:

- а). поставщики сырья;
- б). покупатели изделий предприятия;
- в). конкуренты;
- г). политико-правовая среда.

Ответ: г).

2. Потребность – это:

- а). желание выделиться среди других людей;

б). сумма денег, которую потребитель может истратить для удовлетворения своих нужд;

в). нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида;

г). товар, способный удовлетворить нужду потребителя.

Ответ: в).

3. Целевые потребители не заинтересованы в товаре или безразличны к нему. Это:

а). отрицательный спрос;

б). падающий спрос;

в). отсутствие спроса;

г). скрытый спрос.

Ответ: в).

4. Укажите, что из перечисленного не является функцией маркетинга:

а). изучение потребителей;

б). организация системы товародвижения;

в). информационное обеспечение управления маркетингом;

г). сдача в аренду имущества.

Ответ: г).

5. Какие из перечисленных переменных не являются переменными для сегментирования потребительских рынков?

а). географические;

б). демографические;

в). операционные;

г). поведенческие.

Ответ: в).

6. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль?

а). внедрения;

б) спада;

в) зрелости;

г) роста.

Ответ: г).

7. Производственная концепция эффективна, когда:

а). спрос превышает предложение;

б). предложение превышает спрос;

в). в точке равновесия спроса и предложения;

г). спрос отсутствует.

Ответ: а).

8. Потребность, подкрепленная покупательной способностью, это:

- а). товар;
- б). услуга;
- в). нужда;
- г). спрос.

Ответ: г).

9. Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара называется...

- а). обменом;
- б). сделкой;
- в). бартером;
- г). рынком.

Ответ: г).

10. Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры- это:

- а). микросреда фирмы;
- б). макросреда фирмы;
- в). маркетинговая среда фирмы;
- г). потребительская среда.

Ответ: а).

11. Вторичные данные в маркетинге - это:

Ответ: информация, которая была собрана ранее для других целей.

12. Канал нулевого уровня включает:

Ответ: исключает участие посредников.

13. Исследование внутренней среды предприятия ставит цель:

Ответ: определение конкурентоспособности предприятия в целом.

14. В каких случаях наиболее целесообразно применение концепции совершенствования производства?

Ответ: когда спрос значительно превышает предложение.

15. Кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара:

Ответ: стимулирование сбыта.

16. Товарный знак – это:

Ответ: марка или ее часть, обеспеченные правовой защитой.

17. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается:

Ответ: превышение предложения над спросом.

18. Маркетинг — это:

Ответ: производство и сбыт того, что нужно потребителю.

19. Совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на всю ее деятельность называется...

Ответ: маркетинговой средой фирмы.

20. Смысл концепции маркетинга как философии управления заключается:

Ответ: в ориентации на нужды и потребности покупателей.

21. Емкость рынка - это:

Ответ: количество товаров, которое может поглотить рынок при определённых условиях за какой- то промежуток времени.

22. Концепция интенсификации коммерческих усилий утверждает:

Ответ: потребители не будут покупать товары, если организация не предпримет значительных усилий в сфере продаж.

23. Что такое сегментация рынка?

Ответ: процесс деления рынка на отдельные группы покупателей с общими потребностями, характеристиками или поведением.

24. Классификация товаров широкого потребления:

Ответ: товары повседневного спроса, предварительного выбора, особого спроса, пассивного спроса.

25. Скрытый спрос характеризует состояние рынка, когда:

Ответ: многие потребители не удовлетворены существующим продуктом.

26. Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга – это:

Ответ: потребность в товаре, которая может быть оплачена покупателем.

27. Стратегия концентрированного маркетинга предполагает:

Ответ: приложить усилия и ресурсы на одном сегменте рынка.

28. Доля рынка – это:

Ответ: удельный вес продукции предприятия в общем объеме реализации товара.

29. Отметьте наиболее полный набор маркетинговых коммуникаций:

Ответ: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг, связи с общественностью.

30. Потребительская панель представляет собой:

Ответ: выборочная совокупность потребителей, подвергаемых повторяющимся исследованиям.

ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями

1. Управление это:

- а). целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления с целью приведения его в заданное состояние;
- б). руководство производственной деятельностью, сбытом, финансами, персоналом;
- в). общественный характер труда;
- г). морально-этические рычаги воздействия.

Ответ: а).

2. Что включает в себя система управления в элементарном виде?

- а). принципы, методы и функции управления;
- б). совокупность органов управления;
- в). субъект, объект управления и связи;
- г). совокупность объектов управления.

Ответ: в).

3. Чье учение стало основным теоретическим источником современных концепций менеджмента?

- а). А. Файоля;
- б). Ф. Тейлора;
- в). М. Фоллетт;
- г). Д. Гетти.

Ответ: б).

4. Какое государство является родиной менеджмента?

- а). Франция;
- б). США;
- в). Россия;
- г). Англия.

Ответ: б).

5. Представители какой научной школы в качестве основного объекта исследования имели эффективное использование человеческих ресурсов?

- а). классической или административной школы;
 - б). школы научного управления;
 - в). школы науки управления или количественный подход;
 - г). школы поведенческих наук.
- Ответ: г).

6. Сколько существует основных подходов в развитии управленческой науки?

- а). четыре;
 - б). три;
 - в). пять;
 - г). шесть.
- Ответ: а).

7. Ключевым фактором в любой модели управления являются:

- а). люди;
 - б). средства производства;
 - в). финансы;
 - г). структура управления.
- Ответ: а).

8. Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?

- а). низовой;
 - б). высший;
 - в). средний;
 - г). все уровни.
- Ответ: б).

9. Совокупность стадий, которые проходит организация в период своего существования, называется....

- а). жизненный цикл организации;
 - б). возраст организации;
 - в). эволюция организации;
 - г). прогресс организации.
- Ответ: а).

10. Контроль как функция управления предполагает...

- а). проверку соответствия фактических событий запланированным;
- б). распределение ресурсов компании;
- в). определение целей предприятия;
- г). мероприятия по корректировке деятельности работников.

Ответ: а).

11. Что является предметом и результатом труда в управлении?

Ответ: полученная и обработанная информация.

12. Укажите правильную классификацию методов управления.

Ответ: административные, экономические, социально-психологические.

13. Что такое субъект управления?

Ответ: орган, осуществляющий управленческие воздействия.

14. Принципы управления в теории менеджмента – это...

Ответ: правила, нормы, предписания к действию.

15. Укажите какой модели менеджмента характерна высокая мотивация работы на фирму, формирование корпоративного сознания:

Ответ: японская модель менеджмента.

16. Какие существуют виды разделения труда в организации?

Ответ: вертикальное и горизонтальное.

17. Что такое стиль управления?

Ответ: устойчивые способы решения задач.

18. Под внешней средой организации понимается...

Ответ: комплекс факторов её окружающей среды.

19. Какие стили управления существуют?

Ответ: авторитарный, демократический, либеральный.

20. К способам совершенствования коммуникаций в организациях относятся:

Ответ: создание системы обратной связи.

21. Что такое функции управления?

Ответ: обособленные специфические виды деятельности, направленные на определенную часть управляемого объекта для достижения поставленной цели.

22. Что такое цель организации?

Ответ: сочетание необходимого, возможного и желаемого в состоянии управляемой системы в будущем.

23. Организация - это...

Ответ: группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели.

24. Стиль управления - это...

Ответ: совокупность методов, приемов и способов осуществления управленческой деятельности, форм взаимоотношений и личного поведения.

25. Что такое мотивация?

Ответ: совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к деятельности.

26. Процесс управления – это...

Ответ: непрерывная последовательность управленческих действий, направленных на достижение целей организации.

27. Для стратегических управленческих решений характерно то, что они...

Ответ: принимаются высшим руководством и требуют высокой квалификации менеджеров.

28. В чем состоит смысл метода экспертных оценок принимаемого решения?

Ответ: специалисты в конкретной области определяют эффективность выбранной альтернативы.

29. Метод мозгового штурма позволяет:

Ответ: активизировать память для принятия эффективного решения.

30. Какое определение соответствует понятию «лидерство»:

Ответ: способность оказывать влияние на отдельные личности (группы, коллективы), направляя их усилия на достижение целей организации.