Частное образовательное учреждение
профессионального образования
Брянский техникум управления и бизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧОУ ПО БТУБ
Л.Л. Прокопенко
30 августа 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

по специальности
21.02.05 Земельно-имущественные отношения

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 4

2. ПЕРЕЧНИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 4

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ФОС 9

4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ 10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Комплект фонда оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения базовой подготовки в части овладения учебной дисциплины: **Основы менеджмента и маркетинга**

Формой аттестации по учебной дисциплине является дифференцированный зачет.

1.1. Формы текущей и промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Элементы	Формы текущей и промежуточной аттестации
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга	Тестирование, устный опрос
	Дифф.зачет

1.2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

В результате контроля и оценки по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1	планировать и организовывать работу подразделения; формировать организационные структуры управления; разрабатывать мотивационную политику организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; принимать эффективные решения, используя систему методов управления; учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента; процесс принятия и реализации управленческих решений; функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений; стили управления, коммуникации, деловое общение; сущность и функции маркетинга; конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

2. ПЕРЕЧНИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень вопросов для устного опроса

1. Сущность и характерные черты современного менеджмента.

2. Цели и задачи менеджмента.
3. Принципы управления.
4. Объекты и субъекты управления.
5. История развития менеджмента.
6. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
7. Школы менеджмента.
8. Факторы внешней среды менеджмента.
9. Социальная ответственность и этика менеджмента.
10. Организация, как форма существования людей.
11. Условия возникновения организаций.
12. Внешняя и внутренняя среда организации.
13. Организация как открытая система.
14. Внутренние элементы организации.
15. Значения и показатели внешней среды.
16. Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация, и контроль деятельности экономического субъекта.
17. Цикл менеджмента
18. Содержание и организация стратегического планирования.
19. Методы планирования и организации работы подразделения.
20. Понятие структуры управления.
21. Организация взаимодействия в управлении.
22. Принципы построения организационной структуры управления
23. Значение и основные элементы мотивации.
24. Первичные и вторичные потребности.
25. Основы формирования мотивационной политики организации.
26. Сущность и необходимость контроля деятельности экономического субъекта.
27. Виды контроля.
28. Процесс контроля: установление стандартов, сравнение результатов и корректирующие действия.
29. Основные теории мотивации.
30. Практика мотивации труда
31. Система методов управления.
32. Экономическое, административное, и социально-психологическое воздействие. Необходимость сочетания всех методов управления
33. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней.
34. Основные элементы и этапы коммуникации.
35. Искусство делового общения в работе менеджера.
36. Коммуникации в системе
37. Процесс принятия и реализации управленческих рений.
38. Методика принятия решений.
39. Сущность и элементы руководства.
40. Стили руководства.
41. Форма власти и влияние.
42. Неформальный лидер и работа с ним.
43. Основные понятия маркетинга, его цели и задачи.
44. Концепции маркетинга и эволюция их развития.
45. Основные виды маркетинга.
46. Структура маркетинговой деятельности.
47. Внешняя и внутренняя среда маркетинга
48. Понятие и виды конкуренции.
49. Конкурентоспособность товара и фирмы.
50. Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований.

51. Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.
52. Основные направления исследований в маркетинге.
53. Проанализировать и составить классификацию основных видов маркетинговых исследований организации
54. Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций.
55. Формы маркетинговых коммуникаций.
56. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
57. Реклама, как инструмент продвижения товара на рынке.
58. Виды рекламы.
59. Персональные продажи как инструмент продвижения товара на рынок.
60. Фирменный стиль, торговая марка организации.

Перечень тестовых заданий

1. Контроль должен быть:
а) объективным и гласным;
б) гласным и действенным;
в) **объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным**.
г) эффективным.

2. Оперативные планы разрабатываются сроком на:
а) полгода, месяц, декаду, неделю;
б) по рабочим дням;
в) 3-5 лет;
г) 1 год.

3. Под планированием понимают:
а) вид деятельности;
б) отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
в) перспективу развития;
г) состояние организации.

4. Организационное планирование осуществляется:
а) только на высшем уровне управления;
б) на высшем и среднем уровнях управления;
в) на среднем уровне управления;
г) на всех уровнях управления.

5. Одна из форм монополии, объединение многих промышленных, финансовых и торговых предприятий, которые формально сохраняют самостоятельность, а фактически подчинены финансовому контролю и руководству главенствующей в объединении группе предприятий:
а) концерн;
б) картель;
в) консорциум;
г) корпорация.

6. Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:
а) создание, становление, развитие, возрождение;
б) рождение, зрелость;
в) рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;

г) рождение, зрелость, возрождение.

7. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:
а) потребители, конкуренты, законы;
б) цели, задачи;
в) персонал, технологии;
г) структура управления.

8. 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.

9. Подход, который требует принятия оптимального решения, которое зависит от соотношения взаимодействующих факторов - это:
а) ситуационный подход;
б) системный подход;
в) процессный подход;
г) поведенческий подход.

10. Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, которые их составляют, то мы имеем дело с:
а) поведенческим подходом;
б) процессным подходом;
в) ситуационным подходом;
г) системным подходом.

11. Понятие «менеджмент» преимущественно следует использовать …
а) в благотворительных фондах;
б) в механических системах;
в) в общественных некоммерческих объединениях;
г) в предпринимательских структурах.

12. Управление производством - это …
а) управление процессом движения финансовых средств;
б) управление процессом переработки сырья, материалов;
в) явление, которое охватывает происходящие процессы;
г) систематизированное сознательное объединение действий людей, преследующих достижение определенных целей.

13. Сколько принципов управления организацией сформулировал французский предприниматель менеджер А.Файоль
а) 10;
б) 12;
в) 16;
г) 14.

14. Харизма – это:

а) власть, основанная на принуждении;
б) власть, основанная на вознаграждении;
в) законная власть;
г) власть примера.

15. Укажите, на чем основываются экономические методы управления
а) на воздействии на социальные условия работающих;
б) на законодательных актах;
в) на материальных интересах объектов управления;
г) на законодательных и нормативных актах.

16. Этот стиль деятельности менеджера должен преобладать в начальный период формирования трудового коллектива
а) либеральный;
б) предпринимательский;
в) демократический;
г) авторитарный.

17. Менеджер, какого уровня основную часть рабочего времени должен заниматься решением оперативных задач
а) всех уровней;
б) высшего уровня;
в) низового уровня;
г) среднего уровня.

18. Норма управляемости характеризует…
а) рост управленческого аппарата;
б) полномочия менеджера;
в) количество подчиненных сотрудников;
г) правила поведения менеджера.

19. В основе теории этой школы лежало изучение и последующее распространение передового опыта управления
а) современные концепции управления;
б) школа поведенческих наук;
в) школа человеческих отношений;
г) эмпирическая школа управления.

20. Укажите, с чем было связано возникновение практики управления
а) с развитием интеграционных процессов в обществе;
б) с развитием научно-технического прогресса;
в) с возникновением бумажных денег;
г) с разделением и кооперацией труда.

Дифференцированный зачет по дисциплине ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга»

1. Сущность и характерные черты современного менеджмента.
2. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления.
3. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
4. Организация, как форма существования людей. Условия возникновения организаций. Внешняя и внутренняя среда организации.

5. Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация, и контроль деятельности экономического субъекта.
6. Цикл менеджмента
7. Содержание и организация стратегического планирования.
8. Понятие структуры управления.
9. Значение и основные элементы мотивации. Первичные и вторичные потребности.
10. Основы формирования мотивационной политики организации.
11. Сущность и необходимость контроля деятельности экономического субъекта. Виды контроля.
12. Процесс контроля: установление стандартов, сравнение результатов и корректирующие действия.
13. Система методов управления. Экономическое, административное, и социально-психологическое воздействие.
14. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней.
15. Основные элементы и этапы коммуникации. Искусство делового общения в работе менеджера
16. Процесс принятия и реализации управленческих рений. Методика принятия решений. Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние.
17. Основные понятия маркетинга, его цели и задачи.
18. Концепции маркетинга и эволюция их развития. Основные виды маркетинга.
19. Структура маркетинговой деятельности.
20. Внешняя и внутренняя среда маркетинга
21. Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы
22. Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.
23. Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций.
24. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Реклама, как инструмент продвижения товара на рынке. Виды рекламы.
25. Персональные продажи как инструмент продвижения товара на рынок. Фирменный стиль, торговая марка организации.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ФОС ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

Оценка дифференцированного зачета выражается в баллах (при устном ответе).

«отлично» - студент показывает глубокие осознанные знания по освещаемому вопросу, владение основными понятиями, терминологией; владеет конкретными знаниями, умениями по данной дисциплине в соответствии с ФГОС СПО: ответ полный, доказательный, четкий, грамотный, иллюстрирован практическим опытом профессиональной деятельности;

«хорошо» – студент показывает глубокое и полное усвоение содержания материала, умение правильно и доказательно излагать программный материал. Допускает отдельные незначительные неточности в форме и стиле ответа;

«удовлетворительно» – студент понимает основное содержание учебной программы, умеет показывать практическое применение полученных знаний. Вместе с тем допускает отдельные ошибки, неточности в содержании и оформлении ответа: ответ недостаточно последователен, доказателен и грамотен;

«неудовлетворительно» – студент имеет существенные пробелы в знаниях, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе. Ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки.

Критерии оценок тестового контроля знаний:

5 (отлично) – 71-100% правильных ответов

4 (хорошо) – 56-70% правильных ответов

3 (удовлетворительно) – 41-55% правильных ответов

2 (неудовлетворительно) – 40% и менее правильных ответов

При оценивании письменных работ (ответов на контрольные вопросы, выполнении контрольных работ, выполнении практических заданий различного вида), учитывается правильность оформления работы и требования, предъявляемые к оценкам:

«отлично» - студент показывает глубокие осознанные знания по освещаемому вопросу, владение основными понятиями, терминологией; владеет конкретными знаниями, умениями по данной дисциплине в соответствии с ФГОС СПО: ответ полный, доказательный, четкий, грамотный, иллюстрирован практическим опытом профессиональной деятельности;

«хорошо» - студент показывает глубокое и полное усвоение содержания материала, умение правильно и доказательно излагать программный материал. Допускает отдельные незначительные неточности в форме и стиле ответа;

«удовлетворительно» - студент понимает основное содержание учебной программы, умеет показывать практическое применение полученных знаний. Вместе с тем допускает отдельные ошибки, неточности в содержании и оформлении ответа: ответ недостаточно последователен, доказателен и грамотен;

«неудовлетворительно» - студент имеет существенные пробелы в знаниях, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе. Ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки.

4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Одинцов, А.А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А.А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16617-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531382

2. Основы маркетинга. Практический курс: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18046-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534190

3. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / В.И. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Л.С. Леонтьевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 287 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15613-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513692

Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - https://www.biblio-online.ru
2. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - http://www.iprbookshop.ru
3. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ» - http://www.garant.ru/

Дополнительные источники

1. Абчук, В. А. Теоретические основы менеджмента: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 320 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17086-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532378

2. Коргова, М.А. Менеджмент. Управление организацией: учебное пособие для среднего профессионального образования/ М.А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12330-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456661