

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 08.04.2021 18:21:19

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.Я.ГОРИНА**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

Направление 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) - Прикладная информатика в АПК

Квалификация – бакалавр


Майский, 2018

Рабочая программа составлена с учетом требований:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 марта 2015 г. № 207;
- порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 05.04.2017 г. № 301;
- основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика»

Составители: Тугуз Р.Х., доцент кафедры экономической теории и экономики АПК, кандидат экономических наук, доцент; Сидоренко А.А., ассистент кафедры экономической теории и экономики АПК.

Рассмотрена на заседании кафедры экономической теории и экономики АПК от 21.06.2018 г., протокол № 16

и.о.зав. кафедрой  Китаёв Ю.А.

Согласована с выпускающей кафедрой информатики и информационных технологий от 21.06.2018 г., протокол № 13

и.о.зав. кафедрой  Игнатенко В.А.

Одобрена методической комиссией инженерного факультета от 05.07.2018 г., протокол № 9-12/18

Председатель методической комиссии  Слободюк А.П.

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономики, менеджмента и маркетинга – это дисциплина, изучающая принципы (общие закономерности) выбора наиболее эффективных вариантов использования ограниченных ресурсов, управления процессами производства и продвижения на рынке товаров и услуг.

1.1 Цель дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у студентов основы экономического, управленческого и маркетингового мышления, необходимые для успешной профессиональной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- научить студентов понимать принципы (общие закономерности) выбора наиболее эффективных вариантов использования ограниченных ресурсов, управления процессами производства и продвижения на рынке товаров и услуг.
- привить навыки использования теоретического инструментария экономики, менеджмента и маркетинга для моделирования реальных ситуаций, анализа и решения экономических, управленческих и маркетинговых проблем, возникающих в различных сферах профессиональной деятельности.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ОПОП)

2.1 Цикл (раздел) ОПОП, к которому относится дисциплина

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к дисциплинам базовой части дисциплин (модулей) Б1.Б.20.

2.2 Логическая взаимосвязь с другими частями ОПОП

Требования к предварительной подготовке.

Обучающиеся предварительно должны:

знать:

- базовые понятия социальных наук;
- основные закономерности функционирования общества как целостной развивающейся системы в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов;
- основные тенденции и возможные перспективы развития мирового сообщества в глобальном мире;
- методы познания социальных явлений и процессов;
- значение математической науки для решения задач, возникающих в теории и в практике; широту и, в то же время, ограниченность применения математических методов к анализу и исследованию процессов и явлений в природе и обществе;
- значение практики и вопросов, возникающих в самой математике для формирования и развития математической науки; историю развития понятия числа, создания математического анализа, возникновения и развития геометрии;
- универсальный характер законов логики математических рассуждений, их применимость во всех областях человеческой деятельности;
- вероятностный характер различных процессов окружающего мира.

уметь:

- выявлять причинно-следственные, функциональные, иерархические и другие связи социальных объектов и процессов;
- применять полученные знания в повседневной жизни, прогнозировать последствия принимаемых решений;
- логически мыслить и анализировать проблемные ситуации;
- планировать и организовывать самостоятельную работу с учебной литературой;

владеть:

- навыками использования базового понятийного аппарата социальных наук;
- умениями применять полученные знания в повседневной жизни, прогнозировать последствия принимаемых решений;
- навыками оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития;
- навыками работы на персональном компьютере и поиска информации в Интернете.

Наименования предыдущих дисциплин (модулей), на которых базируется данная дисциплина.

Индекс	Наименование
Б1.Б.01	История (семестр 1)
Б1.Б.08	Информатика и программирование (семестр 1)
Б1.Б.19	Социальные науки (семестр 1)
Б1.Б.06	Математика (семестры 1-2)
Б1.Б.02	Философия (семестр 2)

Наименования последующих дисциплин (модулей), которые базируются на данной дисциплине: «Экономика и организация производства в агропромышленном комплексе», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Информационные технологии в экономике».

3 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ФОРМИРУЕМЫМ КОМПЕТЕНЦИЯМ

Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.	Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики.
		Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.
		Владеть: методами использования экономических знаний в различных сферах деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.
ПК-21	способность	Знать: методы и принципы оценки экономических затрат и

	<p>проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</p>	<p>рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски».</p> <p>Уметь: системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.</p> <p>Владеть: навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.</p>
ПК-22	<p>способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</p>	<p>Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.</p> <p>Уметь: проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.</p> <p>Владеть: методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.</p>

4 ОБЪЕМ, СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

4.1 Распределение объема учебной работы по формам обучения

Вид работы	Объем учебной работы, час	
	Очная	Заочная
Формы обучения	3 семестр/ 2курс	2 курс
Семестр (курс) изучения дисциплины		
Общая трудоемкость, всего, час	108	108
<i>зачетные единицы</i>	3	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	14
Аудиторные занятия (всего)	36	14
В том числе:		
Лекции	18	6
Лабораторные занятия	-	-
Практические занятия	18	8
<i>Иные виды работ в соответствии с учебным планом (учебная практика)</i>	-	-
Внеаудиторная работа (всего)	18	6
В том числе:		
Контроль самостоятельной работы (на 1 подгруппу в форме компьютерного тестирования)	-	-
Консультации согласно графику кафедры	18	6
<i>Иные виды работ в соответствии с учебным планом (курсовая работа, РГЗ и др.)</i>	-	-
Промежуточная аттестация	4	4
В том числе:		
Зачет	4	4
Экзамен (на 1 группу)	-	-
Консультация предэкзаменационная (на 1 группу)	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	50	84
в том числе:		
Самостоятельная работа по проработке лекционного материала (от 20 до 60% от объема лекций)	10	2
Самостоятельная работа по подготовке к лабораторно-практическим занятиям (от 20 до 60% от объема лаб.- практ. занятий)	10	4
Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение	20	58
Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий : подготовка реферата (контрольной работы)	10	20

4.2 Общая структура дисциплины и виды учебной работы

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Всего	Лекции	Лабораторно-практические занятия	Внеаудиторная работа и пр. атт.	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Лабораторно-практические занятия	Внеаудиторная работа и пр. атт.	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Модуль 1. «Основы экономики»	28	6	6	6	10	29	2	4	2	21
1. Введение в экономику	7	2	2	Консультации	3	9	1	1	Консультации	7
2. Основы микроэкономики	7	2	2		3	10	1	2		7
3. Основы макроэкономики	6	2	1		3	8	-	1		7
<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>	2	-	1		1	-	-	-		-
Модуль 2. «Основы менеджмента»	33	6	6	6	15	27	2	2	2	21
4. Введение в менеджмент	8	2	2	Консультации	4	8	1	-	Консультации	7
5. Менеджмент как процесс	9	2	2		5	9	1	1		7
6. Менеджмент как система	8	2	1		5	8	-	1		7
<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>	2	-	1		1	-	-	-		-
Модуль 3. «Основы маркетинга»	33	6	6	6	15	28	2	2	2	22
7. Введение в маркетинг	8	2	2	Консультации	4	8	1	-	Консультации	7
8. Процесс управления маркетингом	9	2	2		5	9	1	1		7
9. Система управления маркетингом	8	2	1		5	9	-	1		8
<i>Итоговое занятие по модулю 3</i>	2	-	1		1	-	-	-		-
Подготовка реферата в форме презентации (контрольной работы)	10	-	-	-	10	20	-	-	-	20
Зачет	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-

4.3 Структура и содержание дисциплины по формам обучения

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Всего	Лекции	Лабор.практ. зан.	Внеаудит. работа	Самост. работа	Всего	Лекции	Лабор.практ. зан.	Внеаудит. работа	Самост. работа
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
Модуль 1. «Основы экономики»	28	6	6	6	10	29	2	4	2	21
1. Введение в экономику	7	2	2	Консультации	3	9	1	1	Консультации	7
1.1. Предмет и функции экономической науки.	2	1	-		1	3	1	-		2
1.2. Краткая история развития экономической науки.	2	-	1		1	2	-	-		2
1.3. Основы экономического моделирования.	3	1	1		1	4	-	1		3
2. Основы микроэкономики	7	2	2		3	10	1	2		7
2.1. Основы рыночной экономики.	2	1	-		1	3	1	-		2
2.2. Совершенный рынок.	2	-	1		1	3	-	1		2
2.3. Монополия и антимонопольное регулирование.	3	1	1		1	4	-	1		3
3. Основы макроэкономики	6	2	1		3	8	-	1		7
3.1. Основные макроэкономические индикаторы.	2	1	-		1	3	-	1		2
3.2. Основные макроэкономические теории.	2	1	-	1	2	-	-	2		
3.3. Основы макроэкономической политики.	2	-	1	1	3	-	-	3		
Итоговое занятие по модулю 1	2	-	1	1	-	-	-	-		
Модуль 2. «Основы менеджмента»	33	6	6	6	15	27	2	2	2	21
4. Введение в менеджмент	8	2	2	Консультации	4	8	1	-	Консультации	7
4.1. Эволюция управленческой мысли.	2	1	-		1	3	1	-		2
4.2. Управление по целям.	2	-	1		1	2	-	-		2
4.3. Стили управления.	4	1	1		2	3	-	-		3
5. Менеджмент как процесс	9	2	2		5	9	1	1		7
5.1. Процесс принятия управленческих решений.	2	1	-		1	3	-	-		3
5.2. Процесс и виды коммуникаций в менеджменте.	3	-	1		2	3	1	-		2
5.3. Основные функции управления.	4	1	1		2	3	-	1		2
6. Менеджмент как система	8	2	1		5	8	-	1		7
6.1. Системный подход к управлению.	2	1	-		1	3	-	-		3
6.2. Организационные структуры управления.	3	1	-	2	3	-	1	2		
6.3. Системы управления персоналом.	3	-	1	2	2	-	-	2		
Итоговое занятие по модулю 2	2	-	1	1	-	-	-	-		
Модуль 3. «Основы маркетинга»	33	6	6	6	15	28	2	2	2	22
7. Введение в маркетинг	8	2	2	Консультации	4	8	1	-	Консультации	7
7.1. История развития маркетинга.	2	1	-		1	3	1	-		2
7.2. Основные концепции маркетинга.	3	-	1		2	2	-	-		2
7.3. Принципы маркетинга.	3	1	1		1	3	-	-		3
8. Процесс управления маркетингом	9	2	2		5	9	1	1		7
8.1. Процесс маркетингового исследования.	2	1	-		1	3	1	-		2
8.2. Разработка стратегии и тактики маркетинга.	3	-	1		2	3	-	-		3
8.3. Ценообразование как маркетинговый процесс.	4	1	1		2	3	-	1		2
9. Система управления маркетингом	8	2	1		5	9	-	1		8
9.1. Организационная структура системы маркетинга.	2	1	-		1	3	-	-		3
9.2. Маркетинговые системы сбыта товаров.	3	1	-	2	2	-	-	2		
9.3. Система маркетинговых коммуникаций.	3	-	1	2	3	-	1	3		
Итоговое занятие по модулю 3	2	-	1	1	-	-	-	-		
Подготовка реферата в форме презентации (контрольной работы)	10	-	-	-	10	20	-	-	-	20
Зачет	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-

5 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Формы контроля знаний, рейтинговая оценка и формируемые компетенции (дневная форма обучения)

№ п/п	Наименование рейтингов, модулей и блоков	Формируемые компетенции	Объем учебной работы					Форма контроля знаний	Количество баллов (max)
			Общая трудоемкость	Лекции	Лабор.-практ.заня	Внеаудиторн. раб. и промежут. аттест.	Самост. работа		
Всего по дисциплине		ОК-3; ПК-21; ПК-22	108	18	18	22	50	Зачет	100
<i>I. Входной рейтинг</i>								Тестирование	5
<i>II. Рубежный рейтинг</i>								Сумма баллов за модули	60
Модуль 1. «Основы экономики»		ОК-3; ПК-21; ПК-22	28	6	6	6	10		20
1. Введение в экономику			9	2	2	Консультации	3	Устный опрос	
2. Основы микроэкономики			9	2	2		3	Устный опрос	
3. Основы макроэкономики			8	2	1		3	Устный опрос	
Итоговый контроль знаний по темам модуля 1.			2	-	1		1	Тестирование, ситуационные задачи	
Модуль 2. «Основы менеджмента»		ОК-3; ПК-21; ПК-22	33	6	6	6	15		20
4. Введение в менеджмент			8	2	2	Консультации	4	Устный опрос	
5. Менеджмент как процесс			9	2	2		5	Устный опрос	
6. Менеджмент как система			8	2	1		5	Устный опрос	
Итоговый контроль знаний по темам модуля 2.			2	-	1		1	Тестирование, ситуационные задачи	
Модуль 3. «Основы маркетинга»		ОК-3; ПК-21; ПК-22	33	6	6	6	15		20
7. Введение в маркетинг			8	2	2	Консультации	4	Устный опрос	
8. Процесс управления маркетингом			9	2	2		5	Устный опрос	
9. Система управления маркетингом			8	2	1		5	Устный опрос	
Итоговый контроль знаний по темам модуля 3.			2	-	1		1	Тестирование, ситуационные задачи	
<i>III. Творческий рейтинг</i>			10	-	-	-	10		5
<i>IV. Выходной рейтинг</i>			4	-	-	4	-	Зачет	30

5.2 Оценка знаний студента

5.2.1 Основные принципы рейтинговой оценки знаний

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Входной	Отражает степень подготовленности студента к изучению дисциплины. Определяется по итогам входного контроля знаний на первом практическом занятии.	5
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	5
Выходной	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	30
Общий рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Итоговая оценка компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки.

Не зачтено	Зачтено
менее 51 балла	51-100 баллов

5.2.2 Критерии оценки знаний студента на зачете

Оценка на зачете определяется на основании следующих критериев:

- оценка «зачтено» ставится студенту, показавшему систематическое и достаточно глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять ситуационные и тестовые задания, предусмотренные программой, умение логически мыслить и формулировать свою позицию по проблемным вопросам. Зачет может получить студент, который правильно ответил на теоретические вопросы, допустив при этом недочеты не принципиального характера и правильно решившему предложенную на зачете задачу.

- Оценка «не зачтено» ставится студенту, обнаружившему существенные пробелы в знании основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

5.2.3 Фонд оценочных средств.

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки формируемых компетенций по дисциплине (приложение 2).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания (приложение 3).

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная учебная литература

1. Мумладзе Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / Мумладзе Р.Г., В.С.Парамонов, Н.И. Литвина. – М.: РУСАЙНС, 2016. – 352 с.
2. Липсиц И. В. Экономика: Учебник / И. В. Липсиц, 8-е изд., стереотипное.- М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 607 с.- ISBN 978-5-9776-0403-1.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=534692>
3. Радюкова Я.Ю. Основы менеджмента : учеб. пособие / Я.Ю. Радюкова, М.В. Беспалов, В.И. Абдукаримов [и др.]. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 297 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=762423>

6.2 Дополнительная литература

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415015>

6.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов заключается в инициативном поиске информации о наиболее актуальных проблемах, которые имеют большое практическое значение и являются предметом научных дискуссий в рамках изучаемой дисциплины.

Самостоятельная работа планируется в соответствии с календарными планами рабочей программы по дисциплине и в методическом единстве с тематикой учебных аудиторных занятий.

Самостоятельную работу студента поддерживает электронная информационная среда ВУЗа, доступ к которой <http://lk.bsaa.edu.ru> (логин, пароль студента)

6.3.1. Методические указания по освоению дисциплины

1. Игнатенко, В.А. Методические указания по самостоятельной работе студентов [Электронный ресурс] / В.А. Игнатенко, В.Л. Михайлова // Изд. Белгородский ГАУ. 2015. 42 с.

6.3.2. Видеоматериалы

1. <https://www.youtube.com/watch?v=IIsK0LJWmNM>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=BySuv3P9Mo8>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=ECJ7HOCnXlw>

6.3.3 Печатные периодические издания

Газеты

1. Российская газета [Текст] : газета. — Ежедн.
2. Экономика и жизнь [Текст] : газета. — Еженед.

Журналы

1. Вопросы экономики [Текст] : журнал. — Ежемес.
2. Российский экономический журнал [Текст] : журнал. — Двухмес.
3. Маркетинг [Текст] : журнал. — Ежемес.

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы.

1. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - <http://ecsocman.hse.ru>
2. База данных Science Direct содержит более 1500 журналов издательства Elsevier, среди них издания по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике. Коллекция журналов Economics, Econometrics and Finance. <https://www.sciencedirect.com/#open-access>
3. Справочно - правовая система Гарант

6.5. Перечень программного обеспечения, информационных технологий

1. Операционная система Windows;
2. Пакет программ Microsoft Office;
3. Конструктор тестов. Тренажер.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для преподавания дисциплины используются:

1. учебная аудитория лекционного типа, оборудованная мультимедийным оборудованием для демонстрации презентаций;
2. учебная аудитория для проведения лабораторно – практических занятий.
3. помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде ВУЗа.

VII. ПРИЛОЖЕНИЯ

приложение 1

СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ НА 201__ / 201__ УЧЕБНЫЙ ГОД

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

дисциплина (модуль)

09.03.03 Прикладная информатика

Профиль: Прикладная информатика в АПК

направление подготовки/специальность

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПД)
ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПД)
УДАЛЕНО (с указанием раздела РПД)

Реквизиты протоколов заседаний кафедр, на которых пересматривалась программа

Кафедра экономической теории и экономики АПК	Кафедра информатики и информационных технологий
Протокол № ____ от _____	Протокол № ____ от _____
Зав. кафедрой _____	Зав. кафедрой _____

Методическая комиссия инженерного факультета

« ____ » _____ 20__ года, протокол № _____

Председатель методической комиссии _____ Слободюк А.П.

Декан инженерного факультета _____ Стребков С.В.

« ____ » _____ 201__ г

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины

Согласовано:

Ведущий инженер
ООО «КВЭС СИГМА»



_____ 2018 г.

Батаев А.Т.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся

по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

Профиль «Прикладная информатика в АПК»

Майский, 2018

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
					Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ОК-3	<i>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</i>	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики.	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
					тестирование	
				Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
		тестирование				
		Модуль 3. Основы маркетинга		устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену	
				тестирование		
Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы		Модуль 1. Основы экономики	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену	
				тестирование		
				реферат		
Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос	итоговое тестирование,				

			экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.		тестирование	вопросы к экзамену
					реферат	
				Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
					тестирование	
					реферат	
		Третий этап (высокий уровень)	Владеть: методами использования экономических знаний в различных сферах деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
					тестирование	
					ситуационные задачи	
				Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
					тестирование	
					ситуационные задачи	
						Модуль 3. Основы маркетинга
		тестирование				
		ситуационные задачи				
ПК-21	<i>способность проводить оценку экономических</i>	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: методы и принципы оценки экономических затрат и рисков	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к

<i>затрат и рисков при создании информационных систем.</i>		при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски».		тестирование	экзамену
			Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				тестирование	
			Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				тестирование	
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.	Модуль 1. Основы экономики
	тестирование				
	реферат				
	Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос		итоговое тестирование, вопросы к экзамену	
		тестирование			
реферат					
Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену			
	тестирование				
	реферат				

		Третий этап (высокий уровень)	Владеть: навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос тестирование ситуационные задачи	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос тестирование ситуационные задачи	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
ПК-22	<i>способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем</i>	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос тестирование	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос тестирование	
				Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос тестирование	
		Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Модуль 1. Основы экономики	устный опрос тестирование реферат	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
				Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос тестирование реферат	

		Третий этап (высокий уровень)	Владеть: методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену			
					тестирование				
					реферат				
							Модуль 1. Основы экономики	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
							тестирование		
							ситуационные задачи		
							Модуль 2. Основы менеджмента	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
							тестирование		
							ситуационные задачи		
							Модуль 3. Основы маркетинга	устный опрос	итоговое тестирование, вопросы к экзамену
							тестирование		
							ситуационные задачи		

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Уровни и критерии оценивания результатов обучения, шкалы оценивания			
		<i>Компетентность не сформирована</i>	<i>Пороговый уровень компетентности</i>	<i>Продвинутый уровень компетентности</i>	<i>Высокий уровень</i>
		<i>не зачтено</i>	<i>зачтено</i>	<i>зачтено</i>	<i>Зачтено</i>
ОК-3	<i>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</i>	<i>Не владеет способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</i>	<i>Частично владеет способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</i>	<i>Владеет способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</i>	<i>Свободно владеет способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах</i>

					<i>деятельности.</i>
	<p>Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики.</p>	<p>Не знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики. Допускает грубые ошибки в ответах на вопросы.</p>	<p>Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики. Допускает незначительные ошибки в ответах на вопросы.</p>	<p>Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики. Допускает некоторые неточности в ответах на вопросы.</p>	<p>Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики. Не допускает ошибок и неточностей в ответах на вопросы.</p>
	<p>Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.</p>	<p>Не умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.</p>	<p>Частично умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.</p>	<p>Умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.</p>	<p>Умеет самостоятельно проводить использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.</p>
	<p>Владеть: методами использования экономических знаний в различных сферах</p>	<p>Не владеет методами использования экономических знаний в различных сферах</p>	<p>Частично владеет методами использования экономических знаний</p>	<p>Владеет методами использования экономических знаний в различных сферах</p>	<p>Свободно владеет методами использования экономических знаний</p>

	деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.	деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.	в различных сферах деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.	деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.	в различных сферах деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.
ПК-21	<i>способность проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</i>	<i>Не владеет способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</i>	<i>Частично владеет способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</i>	<i>Владеет способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</i>	<i>Свободно владеет способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем.</i>
	Знать: методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски».	Не знает методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски». Допускает грубые ошибки в ответах на вопросы.	Знает методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски». Допускает незначительные ошибки в ответах на вопросы.	Знает методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски». Допускает некоторые неточности в ответах на вопросы.	Знает методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски». Не допускает ошибок и неточностей в ответах на вопросы.
	Уметь: системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические	Не умеет системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские	Частично умеет системно анализировать и измерять «экономические издержки»;	Умеет системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские	Умеет самостоятельно системно анализировать и измерять «экономические издержки»;

	риски» при создании информационных систем.	издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.	«бухгалтерские издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.	издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.	«бухгалтерские издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.
	Владеть: навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.	Не владеет навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.	Частично владеет навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.	Владеет навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.	Свободно владеет навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.
ПК-22	<i>способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</i>	<i>Не владеет способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</i>	<i>Частично владеет способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</i>	<i>Владеет способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</i>	<i>Свободно владеет способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</i>
	Знать: методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации	Не знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков	Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных	Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных	Знает методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных

	информационных систем.	услуг для создания и модификации информационных систем. Допускает грубые ошибки в ответах на вопросы.	продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем. Допускает незначительные ошибки в ответах на вопросы.	продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем. Допускает некоторые неточности в ответах на вопросы.	продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем. Не допускает ошибок и неточностей в ответах на вопросы.
	Уметь: проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Не умеет проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Частично умеет проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Умеет проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Умеет самостоятельно проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.
	Владеть: методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Не владеет методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Частично владеет методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Владеет методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.	Свободно владеет методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Первый этап (пороговой уровень)

ОК-3

Знать:

методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы использования экономических знаний в различных сферах деятельности; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики

ПК-21

Знать:

методы и принципы оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем; понятия «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски».

ПК-22

Знать:

методы, принципы, алгоритмы, методики, виды, формы проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.

Вопросы для определения входного рейтинга

1. Понятие общества.
2. Сферы общественной жизни.
3. Рыночные отношения в современной экономике.
4. Человек, индивид, личность.
5. Экономическая сфера общества.
6. Структура отношений собственности в современной экономике.
7. Человеческая деятельность, ее многообразие.
8. Деятельность и общение.
9. Государство и экономика.
10. Социальные нормы и отклоняющееся поведение.
11. Человек в системе рыночных отношений.
12. Истина и ее критерии.
13. Социальная структура.
14. Тенденции изменения социальной структуры общества.
15. Научное познание.
16. Значение научной теории.
17. Социальный статус личности, социальные роли личности.
18. Государство, его признаки.
19. Духовное производство и духовное потребление.
20. Трудовая деятельность человека.
21. Свобода в деятельности человека.
22. Прогресс и регресс.
23. Критерии прогресса.
24. Науки, изучающие человека и общество.
25. Образование и его роль в развитии общества.
26. Традиционное и индустриальное общество.
27. Наука и общество.
28. Глобальные проблемы современности и пути их решения.
29. Духовный мир личности. Мировоззрение.
30. Общество и научно-технический прогресс.

Тестовые задания

1	Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой рыночной экономики является [?] собственность».
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
2	Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой командной экономики является [?] собственность».
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
3	Сокращение числа продавцов на рынке до одного.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
4	Переход предприятий (средств производства) из собственности государства в частную собственность.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
5	Переход предприятий (средств производства) из частной собственности в собственность государства.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
6	Уменьшение золотого содержания денежной единицы в условиях золотого стандарта.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
7	Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных на территории данной страны в течение отчетного периода.
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
8	Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных гражданами данной страны в течение отчетного периода.
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП

9	Рекомендованная ООН современная система сбора и обработки информации для макроэкономического анализа национальной экономики.
A	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
10	Объём ВВП в ценах текущего года.
A	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
11	Объём ВВП в ценах базисного года.
A	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
12	Объём ВВП, который может производить национальная экономика при условии полной занятости.
A	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
13	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «предложение».
A	P
Б	Q
В	D
Г	S
14	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «цена товара».
A	P
Б	Q
В	D
Г	S
15	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «количество товара».
A	P
Б	Q
В	D
Г	S
16	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «спрос».
A	P
Б	Q
В	D
Г	S
17	Вид безработицы, обусловленный невозможностью заполнения массы вакантных мест из-за отсутствия требуемой профессиональной подготовки у безработных.
A	Структурная безработица

Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
18	Вид безработицы, обусловленный неполной занятостью работающих (неполный рабочий день, неполная рабочая неделя).
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
19	Вид безработицы, обусловленный отсутствием массы вакантных мест из-за экономического кризиса в стране.
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
20	Вид безработицы, обусловленный добровольным увольнением работников по собственному желанию в связи с переездом в другое место для улучшения условий жизни.
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица

Процент правильных ответов Оценка

90 – 100% *От 14 баллов и/или «отлично»*

70 – 89 % *От 11 до 13 баллов и/или «хорошо»*

51 – 69 % *От 8 до 10 баллов и/или «удовлетворительно»*

менее 50 % *От 0 до 7 баллов и/или «неудовлетворительно»*

Перечень вопросов для устного опроса

1. История экономической науки
2. Экономические ресурсы
3. Сущность и виды рынков
4. Сущность и функции денег
5. Рыночные цены
6. Рынки труда
7. Рынки земли
8. Рынки капитала
9. Чисто конкурентная фирма
10. Чистая монополия
11. Монополистическая конкуренция
12. Олигополия
13. Антимонопольное регулирование
14. Безработица
15. Инфляция
16. Экономическое неравенство
17. Экономический рост
18. Экономические циклы
19. Фискальная политика
20. Монетарная политика

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы.

Для этапа «Знать»:

– результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия (ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком; ответ самостоятельный) –86-100% от максимального количества баллов (100 баллов);

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий незначительные неточности (ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки), 68-85% от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности (при ответе допущена существенная ошибка, или в ответе содержится 30-60% необходимых сведений, ответ несвязный) – 51-67 % от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия, – 0 % от максимального количества баллов.

Второй этап (продвинутый уровень)

ОК-3

Уметь:

использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.

ПК-21

Уметь:

системно анализировать и измерять «экономические издержки»; «бухгалтерские издержки», «экономические риски» при создании информационных систем.

ПК-22

Уметь:

проводить экономический анализ рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.

Тестовые задания

1	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор концепции трёх основных стилей управления (авторитарного, демократического и либерального).
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль

В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
2	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор знаменитой книги «Принципы научного управления» (1911)
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
3	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор знаменитой книги «Общее и промышленное управление» (1916)
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
4	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор концепции «иерархии потребностей».
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
5	Способность руководителя оказывать влияние на других людей и направлять их усилия на достижение целей организации.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
6	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через приказы и угрозы.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
7	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через просьбы и уговоры.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
8	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через совещания и голосование.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
9	Этот подход к управлению подчеркивает, что руководители должны рассматривать организацию как совокупность взаимозависимых элементов.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению

В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
10	Этот подход к управлению включает в себе фактически четыре подхода с четырёх точек зрения: научного управления; административного управления; человеческих отношений и науки о поведении; количественных (математических) методов.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
11	Этот подход к управлению подчеркивает, что единого «лучшего» способа управлять организацией не существует.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
12	Этот подход к управлению рассматривает управление как непрерывную серию взаимосвязанных управленческих функций.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
13	Организационная структура системы управления, построенная по принципу подчиненности исполнителей нескольким руководителям более высокого уровня в сфере компетенций и полномочий каждого из них.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
14	Организационная структура системы управления, построенная по принципу двойного подчинения функциональных исполнителей двум равноправным руководителям: руководителю проекта и руководителю соответствующего функционального подразделения предприятия.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
15	Организационная структура системы управления, построенная по принципу разделения на блоки по видам продукции, по географическим границам рынков сбыта продукции.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
16	Организационная структура системы управления, построенная по принципу разделения на блоки по видам продукции, по географическим границам рынков сбыта продукции.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления

Г	Матричная структура управления
17	В управлении персоналом — это передача внешним организациям некоторых функций работы с персоналом; например, заявки работодателей кадровым агентствам на поиск работников на вакантные места.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
18	В управлении персоналом — это ранжирование должностных разрядов персонала компании по значимости каждой должности для определения уровня зарплаты и льгот для сотрудников.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
19	В управлении персоналом — это одно из направлений управления персоналом, которое подразумевает тренинг молодых специалистов для приобретения профессиональных навыков под руководством опытного наставника.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
20	В управлении персоналом — это процесс поиска и привлечения на предприятие нужных работников, являющийся одной из основных функций отдела кадров.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
21	Рекламный носитель в Интернете, который представляет собой информационный блок (чаще графический) и является также ссылкой на сайт рекламодателя.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер

Процент правильных ответов Оценка

90 – 100% *От 14 баллов и/или «отлично»*

70 – 89 % *От 11 до 13 баллов и/или «хорошо»*

51 – 69 % *От 8 до 10 баллов и/или «удовлетворительно»*

менее 50 % *От 0 до 7 баллов и/или «неудовлетворительно»*

Перечень вопросов для устного опроса

1. История развития менеджмента

2. Принципы менеджмента
3. Предприятие как управляемая система
4. Управленческие цели
5. Организационная культура
6. Теории мотивации
7. Принципы рациональной бюрократии
8. Классификация управленческих функций
9. Типовые структуры систем управления
10. Делегирование полномочий в менеджменте
11. Стили руководства
12. Управление запасами
13. Управление качеством
14. Управление нововведениями
15. Управление персоналом
16. Управление развитием персонала
17. Управленческое консультирование
18. Кризисный менеджмент
19. Организационное поведение
20. Оценка деятельности менеджера.

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы.

Для этапа «Уметь»:

– результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия (ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком; ответ самостоятельный) – 86-100% от максимального количества баллов (100 баллов);

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий незначительные неточности (ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки), 68-85% от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности (при ответе допущена существенная ошибка, или в ответе содержится 30-60% необходимых сведений, ответ несвязный) – 51-67 % от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия, – 0 % от максимального количества баллов.

Темы рефератов

Выполняются рефераты по следующим темам:

1. Экономика домашнего хозяйства.
2. Модели поведения потребителей.
3. Договорные цены.
4. Антимонопольное регулирование.

5. Проблема инфляции.
6. Проблема безработицы.
7. Проблема экономического неравенства.
8. Проблемы глобализации экономики.
9. Проблемы экономического роста.
10. Экономические циклы.
11. Эволюция управленческой мысли.
12. Управление по целям.
13. Стили управления.
14. Теория и практика лидерства.
15. Управленческие решения.
16. История развития маркетинга.
17. Маркетинг в современной жизни.
18. Позиционирование товара на рынке.
19. Реклама в Интернете.
20. Реклама на телевидении.

Требования: реферат должен быть оформлен в печатном виде, размещен в электронно-образовательной среде университета, в портфолио обучающегося. Объем работы должен составлять 10-15 страниц.

Студент должен уметь изложить содержание своей работы в устной форме.

Критерии оценивания:

Критерий 1 (К1) – Смысл темы раскрыт

Критерий 2 (К2) – Избранная тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, теоретические положения и выводы.

Критерий 3 (К3) – Качество аргументации своей точки зрения.

№	Критерии оценивания реферата	Баллы
К1	Раскрытие смысла темы	
	Смысл темы раскрыт или содержание ответа даёт представление о его понимании	1
	Смысл темы не раскрыт, содержание ответа не даёт представления о его понимании	0
К2	Характер и уровень теоретической аргументации	
	Избранная тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, теоретические положения и выводы	2
	Приводятся отдельные относящиеся к теме, но не связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения	1
	Аргументация на теоретическом уровне отсутствует (смысл ключевых понятий не объяснён; теоретические положения, выводы отсутствуют) или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой	0
К3	Качество фактической аргументации	
	Факты и примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, материалы учебных предметов, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников)	2
	Фактическая аргументация дана с опорой только на личный опыт и	1

	житейские представления или приведен(-ы) пример(-ы) из источника одного типа	
	Фактическая информация отсутствует или приведённые факты не соответствуют обосновываемому тезису	0
	<i>Максимальный балл</i>	<i>5</i>

Третий этап (высокий уровень)

ОК-3

Владеть:

методами использования экономических знаний в различных сферах деятельности; навыками применения в профессиональной деятельности приемов экономического анализа проблемных ситуаций на рынках товаров и услуг.

ПК-21

Владеть:

навыками системного анализа для измерения величин «экономических издержек»; «бухгалтерских издержек», «экономических рисков» при создании информационных систем.

ПК-22

Владеть:

методами проведения экономического анализа рынков программно-технических средств, рынков информационных продуктов и рынков услуг для создания и модификации информационных систем.

Тестовые задания

1	Рекламный носитель в Интернете, который представляет собой информационный блок (чаще графический) и является также ссылкой на сайт рекламодателя.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
2	Физическое или юридическое лицо, которое осуществляет деятельность по распределению товаров за свой счет и от своего имени.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
3	Оптовый торговец, который не принимает на себя права собственности на товары и основные функции которого заключаются в сведении покупателей с продавцами и содействии в проведении переговоров между ними.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
4	Рекламный носитель в Интернете, который представляет собой информационный блок (чаще графический) и является также ссылкой на сайт рекламодателя.
А	Брокер
Б	Дилер

В	Бартер
Г	Баннер
5	Лицо, которое нанимается рекламными агентствами для того, чтобы составлять тексты рекламных объявлений.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
6	Рекламная кампания, вызвавшая незаурядный сбыт товара; означает также кассовый кинофильм.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
7	Торговый посредник, оптовый или розничный торговец, принимающий на себя право собственности на товар и осуществляющий свою деятельность по продаже продукции по договору с фирмой– производителем на определенной территории и на определенный срок.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
8	Специалист, способствующий продвижению продаж, стимулирующий продвижение товаров или услуг, как правило, в местах продажи или оказания услуг.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
9	Способ распространения товаров, продажа товаров и услуг через торговые автоматы.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
10	Вид маркетинга в розничной торговой сети, который включает: оформление торговых прилавков, витрин, размещение товаров в торговом зале, представление сведений о товаре.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
11	Продажа товаров компанией на рынке по преднамеренно заниженным ценам (ниже себестоимости) с целью вытеснения конкурентов на конкретном рынке..
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
12	Долговременное соглашение между двумя компаниями, предполагающее передачу одной фирмой другой своего права на использование в пределах

	оговоренного рынка определенной торговой марки, технологии, ноу-хау.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
13	Средство наружной рекламы (щит, панель), на котором изображаются сообщения.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
14	Рекламный куплет, мелодия или слова которого исполняются в ритмичной манере и легко запоминаются потенциальными потребителями.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
15	Знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
16	Денежная оценка таких нематериальных активов капитала компании, как репутация, техническая компетенция, деловые связи, влияние, лояльность потребителей и др.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
17	Символ торговой марки, например, знак, уникальная эмблема, картинка, цветовая комбинация или иное графическое специальное представление названия компании или продукта, которая не может быть произнесена.
А	Паблисити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип
18	Один из этапов процесса продажи, при котором продавец или торговый агент демонстрирует преимущества предлагаемых товаров, доказывая необходимость их приобретения.
А	Паблисити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип
19	Лозунг, призыв, девиз, используемый в виде заголовка рекламного текста в форме краткой, динамичной, эмоционально заряженной фразы.
А	Паблисити
Б	Презентация
В	Слоган

Г	Логотип
20	Деятельность по распространению различной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации с целью привлечения внимания общественности.
А	Паблисити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип

Критерии оценивания тестового задания:

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

Процент правильных ответов Оценка

90 – 100% *От 14 баллов и/или «отлично»*

70 –89 % *От 11 до 13 баллов и/или «хорошо»*

51 – 69 % *От 8 до 10 баллов и/или «удовлетворительно»*

менее 50 % *От 0 до 7 баллов и/или «неудовлетворительно»*

Перечень вопросов для устного опроса

1. Особенности маркетинговой деятельности
2. Организационная структура отдела маркетинга
3. Маркетинговая информационная система
4. Методы сбора маркетинговой информации
5. Управление процессом маркетингового исследования
6. Сегментирование рынка
7. Разработка стратегии и тактики маркетинга
8. Позиционирование товара на рынке
9. Жизненный цикл товара
10. Управление конкурентоспособностью товара
11. Управление жизненным циклом товара
12. Управление ассортиментом товаров
13. Ценовая политика в маркетинге
14. Маркетинговые коммуникации
15. Реклама товаров и услуг
16. Связи с общественностью в маркетинге
17. Спонсорство как инструмент маркетинговой коммуникации
18. Оптовая и розничная торговля

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы.

Для этапа «Владеть»:

– результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия (ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком; ответ самостоятельный) –86-100% от

максимального количество баллов (100 баллов);

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий не значительные неточности (ответ достаточно полный и правильный на основании изученных материалов; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки), 68-85% от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ или ответ, содержащий значительные неточности (при ответе допущена существенная ошибка, или в ответе содержится 30-60% необходимых сведений, ответ несвязный) – 51-67 % от максимального количества баллов;

– результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия, – 0 % от максимального количества баллов.

Ситуационные задачи

1. **Ситуационные задачи по экономике:** «Что выгоднее: купить или сделать?». Преподаватель последовательно даёт студенту задания, на основе выполнения которых формируется уникальная личностно-ориентированная ситуационная задача (проблемная ситуация). Первое задание: «Составить список товаров и услуг, которые студент способен делать (производить) самостоятельно». Второе задание: «Выделить из этого списка те товары и услуги, которые студент покупает, хотя способен делать (производить) их самостоятельно». Третье задание: «На примере одного блага (товара или услуги) сделать грамотные экономические расчёты, которые убедительно доказывают, что покупка данного блага (товара или услуги) для данного студента выгоднее, чем самостоятельное производство». Четвёртое задание: «Найти возможные изменения экономических условий в будущем, которые могут изменить результаты экономических расчётов и убедительно доказывать, что самостоятельное производство данного блага (товара или услуги) для данного студента выгоднее, чем покупка».

2. **Ситуационные задачи по менеджменту:** «Какой метод мотивации в управлении персоналом эффективнее?». Преподаватель вызывает на интеллектуальную дуэль («брейн-ринг») двух студентов и последовательно даёт им задания, на основе выполнения которых формируется уникальная личностно-ориентированная ситуационная задача (проблемная ситуация). Первое задание: «Каждому из двух студентов представить себя в роли руководителя одного подчинённого». Второе задание: «Согласованно найти среди присутствующих в аудитории студентов того, кто согласится играть роль одного-единственного подчинённого». Третье задание: «Согласовать два легко выполнимых, но взаимоисключающих задания для подчинённого». Четвёртое задание: «Бросить жребий и решить, кто какое из двух взаимоисключающих действий будет требовать от подчинённого». Пятое задание: «Взять устное интервью (2-3 вопроса) у студента, играющего роль подчинённого, чтобы понять его индивидуальные особенности». Шестое задание: «Письменно зафиксировать планируемые для данной ситуации методы мотивации». Седьмое задание: «В условиях реальной конкуренции, используя свои методы мотивации, делать всё возможное, чтобы подчинённый выполнил именно Ваше задание, а не задание конкурирующего руководителя». Восьмое задание: «Дать в письменном и устном виде научный анализ причин, которые привели Вас и Вашего конкурента к успеху или неудаче в управлении персоналом».

3. **Ситуационные задачи по маркетингу:** «Какой метод продвижения благ (товаров или услуг) на рынке эффективнее?». Преподаватель вызывает на интеллектуальную дуэль («брейн-ринг») двух студентов и последовательно даёт им задания, на основе выполнения которых формируется уникальная личностно-ориентированная ситуационная задача (проблемная ситуация). Первое задание: «Каждому из двух студентов представить себя в роли

индивидуального предпринимателя, который производит и продаёт какое-то благо (товар или услугу)». Второе задание: «Согласованно найти благо (товар или услугу), которое в данной аудитории может играть роль продукции каждого из двух конкурирующих предпринимателей». Третье задание: «Взять устное интервью (2-3 вопроса) у студентов, играющих роль покупателей, чтобы понять особенности данного рынка сбыта». Четвёртое задание: «Письменно зафиксировать планируемые для данной ситуации методы продвижения данного блага (товара или услуги) на данном рынке, роль которого играют все остальные присутствующие в аудитории студенты». Пятое задание: «В условиях реальной конкуренции, используя свои методы продвижения данного блага (товара или услуги) на данном рынке, делать всё возможное, чтобы на данном рынке спрос на Вашу продукцию оказался выше, чем спрос на аналогичную продукцию Вашего конкурента». Шестое задание: «Дать в письменном и устном виде научный анализ причин, которые привели Вас и Вашего конкурента к успеху или неудаче в управлении персоналом».

Оценка решения ситуационных задач:

Решения ситуационных задач оцениваются путём перевода критериев оценивания в стандартные оценки.

Критерии	Уровень	Оценка
Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логике решения, в выборе формул и самом решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом	<i>(продвинутый уровень)</i>	«отлично»
Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логике решения нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ	<i>(углубленный уровень)</i>	«хорошо»
Задание понято правильно, в логике решения нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде	<i>(пороговый уровень)</i>	«удовлетворительно»
Задача не решена или решена неправильно, допущены грубые ошибки при решении задачи; студент не способен исправить ошибки даже с помощью рекомендаций преподавателя; отсутствуют практические навыки.	<i>(ниже порогового уровня)</i>	«неудовлетворительно»

- 1.История экономической науки
- 2.Экономические ресурсы
- 3.Сущность и виды рынков
- 4.Сущность и функции денег
- 5.Рыночные цены
- 6.Рынки труда
- 7.Рынки земли
- 8.Рынки капитала
- 9.Чисто конкурентная фирма
- 10.Чистая монополия
- 11.Монополистическая конкуренция
- 12.Олигополия
- 13.Антимонопольное регулирование
- 14.Безработица
- 15.Инфляция
- 16.Экономическое неравенство
- 17.Экономический рост
- 18.Экономические циклы
- 19.Фискальная политика
- 20.Монетарная политика
- 21.История развития менеджмента
- 22.Принципы менеджмента
- 23.Предприятие как управляемая система
- 24.Управленческие цели
- 25.Организационная культура
- 26.Теории мотивации
- 27.Принципы рациональной бюрократии
- 28.Классификация управленческих функций
- 29.Типовые структуры систем управления
- 30.Делегирование полномочий в менеджменте
- 31.Стили руководства
- 32.Управление запасами
- 33.Управление качеством
- 34.Управление нововведениями
- 35.Управление персоналом
- 36.Управление развитием персонала
- 37.Управленческое консультирование
- 38.Кризисный менеджмент
- 39.Организационное поведение
- 40.Оценка деятельности менеджера
- 41.История развития маркетинга
- 42.Маркетинговая среда предприятия
- 43.Организация маркетинговой деятельности
- 44.Организационная структура отдела маркетинга
- 45.Маркетинговая информационная система
- 46.Методы сбора маркетинговой информации
- 47.Управление процессом маркетингового исследования
- 48.Сегментирование рынка
- 49.Разработка стратегии и тактики маркетинга
- 50.Позиционирование товара на рынке
- 51.Жизненный цикл товара

- 52. Управление конкурентоспособностью товара
- 53. Управление жизненным циклом товара
- 54. Управление ассортиментом товаров
- 55. Ценовая политика в маркетинге
- 56. Маркетинговые коммуникации
- 57. Реклама товаров и услуг
- 58. Связи с общественностью в маркетинге
- 59. Спонсорство как инструмент маркетинговой коммуникации
- 60. Оптовая и розничная торговля

Критерии оценивания:

«зачтено»: выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«не зачтено»: выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Итоговое тестирование

1	Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой рыночной экономики является [?] собственность».
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
2	Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой командной экономики является [?] собственность».
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
3	Сокращение числа продавцов на рынке до одного.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
4	Переход предприятий (средств производства) из собственности государства в частную собственность.
А	Девальвация

Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
5	Переход предприятий (средств производства) из частной собственности в собственность государства.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
6	Уменьшение золотого содержания денежной единицы в условиях золотого стандарта.
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
7	Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных на территории данной страны в течение отчетного периода.
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
8	Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных гражданами данной страны в течение отчетного периода.
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
9	Рекомендованная ООН современная система сбора и обработки информации для макроэкономического анализа национальной экономики.
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
10	Объём ВВП в ценах текущего года.
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
11	Объём ВВП в ценах базисного года.
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
12	Объём ВВП, который может производить национальная экономика при условии полной занятости.
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП

13	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «предложение».
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
14	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «цена товара».
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
15	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «количество товара».
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
16	Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «спрос».
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
17	Вид безработицы, обусловленный невозможностью заполнения массы вакантных мест из-за отсутствия требуемой профессиональной подготовки у безработных.
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
18	Вид безработицы, обусловленный неполной занятостью работающих (неполный рабочий день, неполная рабочая неделя).
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
19	Вид безработицы, обусловленный отсутствием массы вакантных мест из-за экономического кризиса в стране.
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
20	Вид безработицы, обусловленный добровольным увольнением работников по собственному желанию в связи с переездом в другое место для улучшения условий жизни.
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
21	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие

	менеджмента как науки, автор концепции трёх основных стилей управления (авторитарного, демократического и либерального).
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
22	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор знаменитой книги «Принципы научного управления» (1911)
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
23	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор знаменитой книги «Общее и промышленное управление» (1916)
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
24	Известный учёный, который внёс значительный вклад в развитие менеджмента как науки, автор концепции «иерархии потребностей».
А	Фредерик Тейлор
Б	Анри Файоль
В	Абрахам Маслоу
Г	Курт Левин
25	Способность руководителя оказывать влияние на других людей и направлять их усилия на достижение целей организации.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
26	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через приказы и угрозы.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
27	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через просьбы и уговоры.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
28	Манера поведения руководителя, который оказывает влияние на подчиненных через совещания и голосование.
А	Авторитарный стиль управления
Б	Демократический стиль управления
В	Либеральный стиль управления
Г	Лидерство в управлении
29	Этот подход к управлению подчеркивает, что руководители должны

	рассматривать организацию как совокупность взаимозависимых элементов.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
30	Этот подход к управлению включает в себе фактически четыре подхода с четырёх точек зрения: научного управления; административного управления; человеческих отношений и науки о поведении; количественных (математических) методов.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
31	Этот подход к управлению подчеркивает, что единого «лучшего» способа управлять организацией не существует.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
32	Этот подход к управлению рассматривает управление как непрерывную серию взаимосвязанных управленческих функций.
А	Подход с позиций выделения различных школ в управлении
Б	Процессный подход к управлению
В	Системный подход к управлению
Г	Ситуационный подход к управлению
33	Организационная структура системы управления, построенная по принципу подчиненности исполнителей нескольким руководителям более высокого уровня в сфере компетенций и полномочий каждого из них.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
34	Организационная структура системы управления, построенная по принципу двойного подчинения функциональных исполнителей двум равноправным руководителям: руководителю проекта и руководителю соответствующего функционального подразделения предприятия.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
35	Организационная структура системы управления, построенная по принципу разделения на блоки по видам продукции, по географическим границам рынков сбыта продукции.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
36	Организационная структура системы управления, построенная по принципу разделения на блоки по видам продукции, по географическим

	границам рынков сбыта продукции.
А	Линейная структура управления
Б	Функциональная структура управления
В	Дивизионная структура управления
Г	Матричная структура управления
37	В управлении персоналом — это передача внешним организациям некоторых функций работы с персоналом; например, заявки работодателей кадровым агентствам на поиск работников на вакантные места.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
38	В управлении персоналом — это ранжирование должностных разрядов персонала компании по значимости каждой должности для определения уровня зарплаты и льгот для сотрудников.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
39	В управлении персоналом — это одно из направлений управления персоналом, которое подразумевает тренинг молодых специалистов для приобретения профессиональных навыков под руководством опытного наставника.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
40	В управлении персоналом — это процесс поиска и привлечения на предприятие нужных работников, являющийся одной из основных функций отдела кадров.
А	Грейдинг
Б	Аутсорсинг
В	Рекрутинг
Г	Коучинг
41	Рекламный носитель в Интернете, который представляет собой информационный блок (чаще графический) и является также ссылкой на сайт рекламодателя.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
42	Физическое или юридическое лицо, которое осуществляет деятельность по распределению товаров за свой счет и от своего имени.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
43	Оптовый торговец, который не принимает на себя права собственности на товары и основные функции которого заключаются в сведении покупателей с продавцами и содействии в проведении переговоров между

	ними.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
44	Рекламный носитель в Интернете, который представляет собой информационный блок (чаще графический) и является также ссылкой на сайт рекламодателя.
А	Брокер
Б	Дилер
В	Бартер
Г	Баннер
45	Лицо, которое нанимается рекламными агентствами для того, чтобы составлять тексты рекламных объявлений.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
46	Рекламная кампания, вызвавшая незаурядный сбыт товара; означает также кассовый кинофильм.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
47	Торговый посредник, оптовый или розничный торговец, принимающий на себя право собственности на товар и осуществляющий свою деятельность по продаже продукции по договору с фирмой–производителем на определенной территории и на определенный срок.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
48	Специалист, способствующий продвижению продаж, стимулирующий продвижение товаров или услуг, как правило, в местах продажи или оказания услуг.
А	Промоутер
Б	Блокбастер
В	Дистрибьютор
Г	Копирайтер
49	Способ распространения товаров, продажа товаров и услуг через торговые автоматы.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
50	Вид маркетинга в розничной торговой сети, который включает: оформление торговых прилавков, витрин, размещение товаров в торговом зале, представление сведений о товаре.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг

Г	Демпинг
51	Продажа товаров компаниями на рынке по преднамеренно заниженным ценам (ниже себестоимости) с целью вытеснения конкурентов на конкретном рынке..
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
52	Долговременное соглашение между двумя компаниями, предполагающее передачу одной фирмой другой своего права на использование в пределах оговоренного рынка определенной торговой марки, технологии, ноу-хау.
А	Франчайзинг
Б	Мерчандайзинг
В	Вендинг
Г	Демпинг
53	Средство наружной рекламы (щит, панель), на котором изображаются сообщения.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
54	Рекламный куплет, мелодия или слова которого исполняются в ритмичной манере и легко запоминаются потенциальными потребителями.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
55	Знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
56	Денежная оценка таких нематериальных активов капитала компании, как репутация, техническая компетенция, деловые связи, влияние, лояльность потребителей и др.
А	Джингл
Б	Гудвилл
В	Бренд
Г	Биллборд
57	Символ торговой марки, например, знак, уникальная эмблема, картинка, цветовая комбинация или иное графическое специальное представление названия компании или продукта, которая не может быть произнесена.
А	Паблисити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип
58	Один из этапов процесса продажи, при котором продавец или торговый агент демонстрирует преимущества предлагаемых товаров, доказывая

	необходимость их приобретения.
А	Паблсити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип
59	Лозунг, призыв, девиз, используемый в виде заголовка рекламного текста в форме краткой, динамичной, эмоционально заряженной фразы.
А	Паблсити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип
60	Деятельность по распространению различной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации с целью привлечения внимания общественности.
А	Паблсити
Б	Презентация
В	Слоган
Г	Логотип

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по шкале. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом (н-р, в тесте 20 вопросов, обучающийся ответил на 17 тестов правильно, результат 85%, оценка 4 (хорошо)).

Процент правильных ответов Оценка

90 – 100% *От 14 баллов и/или «отлично»*

70 – 89 % *От 11 до 13 баллов и/или «хорошо»*

51 – 69 % *От 8 до 10 баллов и/или «удовлетворительно»*

менее 50 % *От 0 до 7 баллов и/или «неудовлетворительно»*

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, производится преподавателем в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для повышения эффективности текущего контроля и последующей промежуточной аттестации студентов осуществляется структурирование дисциплины на модули. Каждый модуль учебной дисциплины включает в себя изучение законченного раздела, части дисциплины.

Основными видами текущего контроля знаний, умений и навыков в течение каждого модуля учебной дисциплины являются

- аннотация статей
- защита проекта
- подготовка презентации
- презентация методических рекомендаций
- реферирование статей
- составление аннотированного списка нормативных документов

- тестовый контроль

Студент должен выполнить все контрольные мероприятия, предусмотренные в модуле учебной дисциплины к указанному сроку, после чего преподаватель проставляет балльные оценки, набранные студентом по результатам текущего контроля модуля учебной дисциплины.

Контрольное мероприятие считается выполненным, если за него студент получил оценку в баллах, не ниже минимальной оценки, установленной программой дисциплины по данному мероприятию.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме *вопросы к зачету*.

Вопросы к зачету проводится для оценки уровня усвоения обучающимся учебного материала лекционных курсов и лабораторно-практических занятий, а также самостоятельной работы. Оценка выставляется или по результатам учебной работы студента в течение семестра, или по итогам письменного-устного опроса, или тестирования на последнем занятии. Для дисциплин и видов учебной работы студента, по которым формой итогового отчета является вопросы к зачету, определена оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если обучающийся:

- владеет знаниями, выделенными в качестве требований к знаниям обучающихся в области изучаемой дисциплины;
- демонстрирует глубину понимания учебного материала с логическим и аргументированным его изложением;
- владеет основным понятийно-категориальным аппаратом по дисциплине;
- демонстрирует практические умения и навыки в области исследовательской деятельности.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если обучающийся:

- демонстрирует знания по изучаемой дисциплине, но отсутствует глубокое понимание сущности учебного материала;
- допускает ошибки в изложении фактических данных по существу материала, представляется неполный их объем;
- демонстрирует недостаточную системность знаний;
- проявляет слабое знание понятийно-категориального аппарата по дисциплине;
- проявляет непрочность практических умений и навыков в области исследовательской деятельности.

В этом случае студент сдаёт зачёт в форме устных и письменных ответов на любые вопросы в пределах освоенной дисциплины.

Основным методом оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций является балльно-рейтинговая система, которая регламентируется положением «О балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения образовательных программ в ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ».

Основными видами поэтапного контроля результатов обучения студентов являются: входной контроль, текущий контроль, рубежный (промежуточный) контроль, творческий контроль, выходной контроль (экзамен или вопросы к зачету).

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Входной	Отражает степень подготовленности студента к изучению дисциплины. Определяется по итогам входного контроля знаний на первом практическом занятии.	5
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60

Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	5
Выходной	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	30
Общий рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Общий рейтинг по дисциплине складывается из входного, рубежного, выходного (экзамена или вопросы к зачету) и творческого рейтинга.

Входной (стартовый) рейтинг – результат входного контроля, проводимого с целью проверки исходного уровня подготовленности студента и оценки его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины.

Он проводится на первом занятии при переходе к изучению дисциплины (курса, раздела). Оптимальные формы и методы входного контроля: тестирование, программированный опрос, в т.ч. с применением ПЭВМ и ТСО, решение комплексных и расчетно-графических задач и др.

Рубежный рейтинг – результат рубежного (промежуточного) контроля по каждому модулю дисциплины, проводимого с целью оценки уровня знаний, умений и навыков студента по результатам изучения модуля. Оптимальные формы и методы рубежного контроля: устные собеседования, письменные контрольные опросы, в т.ч. с использованием ПЭВМ и ТСО, результаты выполнения лабораторных и практических заданий. В качестве практических заданий могут выступать крупные части (этапы) курсовой работы или проекта, расчетно-графические задания, микропроекты и т.п.

Выходной рейтинг – результат аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи вопросы к зачету, проводимого с целью проверки освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности. Оптимальные формы и методы выходного контроля: письменные экзаменационные или контрольные работы, индивидуальные собеседования.

Творческий рейтинг – составная часть общего рейтинга дисциплины, представляет собой результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности.

В рамках рейтинговой системы контроля успеваемости студентов, семестровая составляющая балльной оценки по дисциплине формируется при наборе заданной в программе дисциплины суммы баллов, получаемых студентом при текущем контроле в процессе освоения модулей учебной дисциплины в течение семестра.

Итоговая оценка /зачёта/ компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по учебной дисциплине составляет 100 баллов.

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если итоговый рейтинг студента составил 60 и более.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если итоговый рейтинг студента составил менее 60 баллов.