

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Горский государственный аграрный университет»  
(ФГБОУ ВО Горский ГАУ)

Факультет агрономический

Кафедра менеджмента

Учебный год 2023-2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Наименование направления подготовки	35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль)	Технологии производства продукции растениеводства
Реквизиты федерального государственного образовательного стандарта высшего образования	Приказ Минобрнауки России от 26 июля 2017 г. № 699
Год начала подготовки	2017
Очная форма обучения - учебные планы по годам приема	2020, 2021, 2022, 2023
Заочная форма обучения - учебные планы по годам приема	2019, 2020, 2021, 2022, 2023
Очно-заочная форма обучения - учебные планы по годам приема	не предусмотрена
Номер по реестру ОП ВО ФГБОУ ВО Горский ГАУ	Б-350304-2017
Реквизиты решения ученого совета ФГБОУ ВО Горский ГАУ об утверждении ОП ВО	Протокол от 11 апреля 2023 г. №6
Реквизиты приказа ректора или уполномоченного лица об утверждении ОП ВО	Приказ врио ректора от 11 апреля 2023 г. № 85/06
Место дисциплины в структуре учебного плана	Обязательная часть
Количество зачетных единиц	2

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№№	Планируемые результаты освоения образовательной программы		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции		
1.	Теоретическая и практическая профессиональная подготовка	ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Знать: базовые законы экономики в сфере сельскохозяйственного производства
				Уметь: демонстрировать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства
				Владеть: базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства и навыками их демонстрации
2.	Профессиональные компетенции	ПК-8. Способен осуществлять подготовку технологических карт возделывания сельскохозяйственных культур в части, касающейся агрономии, на основе разработанных технологий для организации рабочих процессов	ПК-8.3. Определяет объемы работ по технологическим операциям, количество работников и нормосмен при разработке технологических карт	Знать: требования охраны труда в части, регламентирующей выполнение трудовых обязанностей
				Уметь: определять объемы работ по технологическим операциям, количество работников и нормосмен при разработке технологических карт
3.			ПК-8.4. Использует системы электронного документооборота	Знать: правила работы с электронными системами документооборота
				Уметь: использовать правила работы с электронными системами документооборота
				Владеть: навыками использования правил работы с электронными системами документооборота

## 2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности и формам обучения:

Виды учебной деятельности	Всего часов <u>72</u> , в том числе часов:	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Лекционные занятия	14	4
Практические (лабораторные, др.) занятия	14	4
Самостоятельная работа	44	64
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

2.2. Трудоемкость дисциплины по (разделам) темам:

№ № п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов					
		Очная форма обучения			Заочная форма обучения		
		Лекции	Практиче- ские (лабо- раторные, др.) занятия	СРС	Лекции	Практиче- ские (лабо- раторные, др.) занятия	СРС
	Раздел 1. Теоретические основы менеджмента						
1.	Общие основы менеджмента	2	2	2	2	2	4
2.	Сущность процесса подготовки и принятия управленческих решений	2	2	2			2
3.	Документационное обеспечение управления предприятием	-	-	4			4
4.	Управление персоналом	2	2	2			2
5.	Структура персонала и трудовой потенциал	-	-	4			4
6.	Кадровая политика	-	-	4			4
7.	Планирование персонала	-	-	3			5
8.	Управление качеством труда и продукции	2	2	2			2
	Раздел 2. Основы маркетинговой деятельности						
9.	Теоретические основы маркетинга	2	2	2	2	2	4
10.	Рынок и его роль в маркетинге	-	-	2			4
11.	Формирование комплекса маркетинга	2	2	2			2
12.	Маркетинговые инструменты регулирования спроса	-	-	3			5
13.	Коммуникационная политика	-	-	2			4
14.	Маркетинговые исследования	2	2	2			4
15.	Потребитель в системе маркетинга	-	-	2			4
16.	Оптовая и розничная торговля	-	-	3	5		
17.	Организация маркетинговой деятельности предприятия	-	-	3	5		
	ИТОГО:	14	14	44	4	4	64

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ)

#### *Раздел 1. Теоретические основы менеджмента.*

##### *Тема 1. Общие основы менеджмента.*

Понятие, сущность, цели, задачи и значение менеджмента. Организация ее миссия. Общие и специальные функции управления: организация, планирование, координация, мотивация, контроль, маркетинг, управление персоналом. Методы управления.

Практическое занятие. Понятие, сущность, цели, задачи и значение менеджмента. Организация и ее миссия. Общие и специальные функции управления. Методы управления.

Самостоятельная работа. Опишите ваше видение значения менеджмента в современных условиях. Суть и содержание понятий "предпринимательство", "бизнес", "предпринимательская структура". Характерные черты и стадии менеджмента. Организационная структура фирмы. Менеджер и его функции.

##### *Тема 2. Сущность процесса подготовки и принятия управленческих решений.*

Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений. Факторы, оказывающие влияние на процесс принятия управленческих решений. Принципы принятия решений. Классификация решений. Ответственность руководителя как элемент процесса принятия и реализации решения.

Практическое занятие. Описать факторы, оказывающие влияние на процесс принятия управленческих решений. Описать виды ответственности руководителя при принятии УР. Охарактеризовать принципы принятия управленческих решений.

Самостоятельная работа. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Важнейшие области принятия решений и требования к технологиям менеджмента. Механизм принятия управленческих решений.

##### *Тема 3. Документационное обеспечение управления предприятием.*

Самостоятельное изучение. Место и роль документов в современном управлении. Классификация документов. Организация электронного документооборота. Систематизация и хранение документов.

##### *Тема 4. Управление персоналом.*

Сущность управления персоналом. Система управления персоналом и ее основные элементы. Найм и отбор персонала, адаптация, мотивация, система обучения и повышения квалификации. Социально-психологические факторы трудовой деятельности. Менеджер и его роль в обеспечении эффективной деятельности трудового коллектива.

Практическое занятие. Опишите основные элементы системы управления персоналом. Охарактеризуйте роль социально-психологических факторов трудовой деятельности. Опишите ваше видение роли менеджера в обеспечении эффективной деятельности трудового коллектива.

Самостоятельная работа. Возрастание роли человеческого фактора. Факторы, влияющие на изменение роли сотрудников в организации. Возникновение науки управление человеческими ресурсами.

##### *Тема 5. Структура персонала и трудовой потенциал.*

Самостоятельная работа. Организационная структура персонала. Деление персонала по характеру трудовых функций. Структура трудового потенциала. Профессиональная структура персонала.

##### *Тема 6. Кадровая политика.*

Самостоятельная работа. Объекты кадровой политики. Факторы, учитываемые при выборе кадровой политики. Альтернативы в реализации кадровой политики.

##### *Тема 7. Планирование персонала.*

Самостоятельная работа. Текущая и перспективная потребность в кадрах. Штатно-номенклатурный метод расчета потребности в кадрах. Нормативный коэффициент насыщенности. Научно обоснованная расстановка кадров.

### *Тема 8. Управление качеством труда и продукции.*

Сущность и задачи управления качеством труда и продукции. Оценка качества труда. Стандарты как организационно-техническая основа управления качеством, их классификация. Показатели качества продукции. Классификация факторов качества

Практическое занятие. Сущность и задачи управления качеством труда и продукции. Описать методы оценки качества труда. Стандарты как организационно-техническая основа управления качеством, их классификация. Показатели качества и конкурентоспособности продукции

Самостоятельная работа. Японская система управления качеством труда и продукции. Специфика управления качеством в США. Сущность новой управленческой дисциплины КСУКП, её содержание. Задачи менеджера в создании высокого качества продукции. Проблемы построения КСУКП в сельском хозяйстве РБ.

### *Раздел 2. Основы маркетинговой деятельности.*

#### *Тема 9. Теоретические основы маркетинга.*

Сущность цели и задачи маркетинга. Маркетинг – социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путём обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами. Концепции маркетинга. Виды маркетинга. Принципы, функции и подфункции маркетинга.

Практическое занятие. Опишите сущность, цели и задачи маркетинговой деятельности для конкретного предприятия. Опишите концепции маркетинга и приведите примеры ситуаций для их практического применения. Опишите виды маркетинга и особенности их применения в практической деятельности. Сформулируйте принципы и функции маркетинга для конкретного предприятия.

Самостоятельная работа. Принципы классификации основных концепций маркетинга. Эволюция взглядов на маркетинг как функцию предприятия. Основные элементы механизма реализации концепции маркетинга. Маркетинг как экономическое явление.

#### *Тема 10. Рынок и его роль в маркетинге.*

Самостоятельная работа. Сущность рынка, его функции и принципы. Классификация рынков. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации.

#### *Тема 11. Формирование комплекса маркетинга.*

Основы товарной политики. Цели и задачи товарной политики. Товарная номенклатура. Товарный знак. Ценовая политика и ценообразование, функции цен. Методы определения базовой цены. Товародвижение торговля, каналы распределения товара и его структура. Основы сбытовой политики, элементы сбытовой политики.

Практическое занятие. Опишите, какие методы реализации можно применить к следующим товарам: детская обувь, пакетированное молоко, овощи, фрукты, садовый инвентарь. Какой метод ценообразования можно применить к следующим товарам: шариковые ручки, садовый инвентарь, садовые растения, фрукты, овощи. Обоснуйте свой ответ. Сформируйте канал товародвижения для конкретного товара. Разработайте мероприятия по продвижению конкретного товара

Самостоятельная работа. Качество и конкурентоспособность товара. Товарный ассортимент. Ценообразование на разных типах рынков. Сущность и функции товародвижения и сбыта. Каналы распределения и посреднические организации.

#### *Тема 12. Маркетинговые инструменты регулирования спроса.*

Самостоятельная работа. Классификация спроса. Маркетинговые стратегии регулирования спроса. Характеристики предложения. Характеристики потребления.

#### *Тема 13. Коммуникационная политика.*

Самостоятельная работа. Почему реклама имеет важное значение в условиях конкуренции. Каково основное назначение публичных рилейшинз? Почему персональные продажи эффективны? Назначение и функции коммерческой пропаганды?

#### *Тема 14. Маркетинговые исследования.*

Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности.

Практическое занятие. Сущность, принципы и методы маркетинговых исследований. Система маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований.

Самостоятельная работа. Какая информация о рынке может быть использована для совершенствования выпускаемой предприятием продукции? Различия между внутренней, внешней и исследовательской маркетинговой информацией. Чем вызвана необходимость использования в маркетинговых исследованиях широкого круга разнообразных методических приемов? Какое место занимают в маркетинговых исследованиях выборочное обследование и экспертные оценки?

*Тема 15. Потребитель в системе маркетинга.*

Самостоятельная работа. Функции потребителя на рынке. Какие основные принципы формируют представление о поведении потребителя? Какие факторы определяют поведение потребителей на рынке? Как можно оценить и измерить личные потребности?

*Тема 16. Оптовая и розничная торговля.*

Самостоятельная работа. Розничная торговля. Маркетинговые решения розничного торговца. Оптовая торговля. Маркетинговые решения оптовых торговцев.

*Тема 17. Организация маркетинговой деятельности предприятия*

Самостоятельная работа. Принципы организации маркетинговой деятельности. Организация маркетинговой деятельности. Прогнозирование и снижение рисков. План маркетинга.

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Беляев, В. И., Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. — Москва : КноРус, 2023. — 676 с. — ISBN 978-5-406-11078-2. — URL: <https://book.ru/book/947719>. — Текст : электронный.
2. Бронникова, Т. С., Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-406-11151-2. — URL: <https://book.ru/book/948686>. — Текст : электронный.
3. Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. В. Зеньков. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2022. — 330 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/270071>.
4. Масленников, В. В., Менеджмент : учебник / В. В. Масленников, Ю. В. Ляндау, И. А. Калинина. — Москва : КноРус, 2022. — 421 с. — ISBN 978-5-406-09826-4. — URL: <https://book.ru/book/943866>. — Текст : электронный.
5. Менеджмент : учебник / В. Г. Антонов, Э. М. Коротков, М. Б. Жернакова [и др.] ; под ред. В. Г. Антонова, Э. М. Короткова, М. Б. Жернаковой. — Москва : КноРус, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-406-09815-8. — URL: <https://book.ru/book/943861>. — Текст : электронный.

##### 4.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6. Беляев, В. И., Маркетинг (с практикумом) : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, О. Н. Пяткова, ; под ред. В. И. Беляева. — Москва : КноРус, 2023. — 659 с. — ISBN 978-5-406-11778-1. — URL: <https://book.ru/book/949669>. — Текст : электронный. БАК
7. Блинов, А. О., Менеджмент. Задания, тесты, кейсы : учебное пособие / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — Москва : КноРус, 2022. — 208 с. — ISBN 978-5-406-08744-2. — URL: <https://book.ru/book/940664>. — Текст : электронный.

8. Маркетинг: Практикум для обучающихся по направлениям бакалавриата / составители О. Н. Бунчиков [и др.]. — Персиановский : Донской ГАУ, 2019. — 146 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134362>.
9. Менеджмент и маркетинг : методические указания / составитель С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова. — Персиановский : Донской ГАУ, 2020. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/148545>.
10. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / составитель Л. Д. Котлярова. — 2-е изд., исправл. — пос. Караваяево : КГСХА, 2021. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/252335>.
11. Михалкина, Е. Г., Менеджмент : учебное пособие / Е. Г. Михалкина, Р. Г. Мумладзе. — Москва : Русайнс, 2023. — 170 с. — ISBN 978-5-466-00940-8. — URL: <https://book.ru/book/947410>. — Текст : электронный.
12. Мумладзе, Р. Г., Менеджмент в агропромышленном комплексе : учебник / Р. Г. Мумладзе. — Москва : КноРус, 2022. — 375 с. — ISBN 978-5-406-09240-8. — URL: <https://book.ru/book/942808>. — Текст : электронный.
13. Мумладзе, Р. Г., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Р. Г. Мумладзе, В. С. Парамонов, Н. И. Литвина. — Москва : Русайнс, 2021. — 350 с. — ISBN 978-5-4365-5451-8. — URL: <https://book.ru/book/936950>. — Текст : электронный.
14. Подольникова, Е. М. Маркетинг: учебное пособия / Е. М. Подольникова, И. В. Кислова. — 3-е изд. — Брянск : Брянский ГАУ, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172012>.

#### 4.3. СОСТАВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Office 2007 Standard
3. Moodle 3.8

#### 4.4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ, ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ

1. Система автоматизации библиотек ИРБИС64; ООО «ЭйВиДи –систем» <http://support.open4u.ru>.
2. Электронная библиотечная система ООО «КноРус медиа» [www.book.ru](http://www.book.ru).
3. Электронная библиотечная система издательства «Лань». [www.e.lanbook.ru](http://www.e.lanbook.ru).
4. Национальная электронная библиотека (НЭБ). <http://нэб.рф>
5. eLIBRARY.RU - Научная электронная библиотека. <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
6. Русская виртуальная библиотека. <https://rvb.ru/about/general.html>.

#### 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ

Помещение №1.2.12 - конференц-зал (для интерактивных лекций и занятий семинарского типа)

Общ. пл. - 111,6 кв.м., высота помещ. - 4,3 м, посадочных мест – 51  
Доска настенная - 2  
Рабочее место преподавателя (президиум)  
Проектор EPSON, проекционный экран  
Кафедра с Мультимедийной системой с подключенной к Интернет и ЭИОС  
Мониторы - 4 шт.  
Микрофоны - 10 шт.  
Акустические колонки - 6 шт.  
Видеокамеры - 2 шт.  
Место расположения: корп. 1 (агрофак), 2 эт. ;  
Помещение №1.3.08 - помещение для самостоятельной работы  
Общ. пл. - 45,7 кв.м., высота помещ. - 3,9 м, посадочных мест – 10  
Дополнительные стулья - 14  
Доска настенная  
Рабочее место преподавателя  
Компьютеры - 10, с подключенных к Интернет и ЭИОС ГГАУ  
Место расположения: корп. 1 (агрофак), 3 эт.

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Анализ возможностей производства и сбыта
2. Брэндинг
3. Виды маркетинга
4. Кадровая политика, ее виды и типы
5. Каналы распределения и посреднические организации.
6. Классификация решений
7. Классификация факторов качества
8. Конкурентоспособность товара
9. Концепции маркетинга
10. Маркетинговая информация
11. Методики оценки конкурентоспособности товаров
12. Методы распространения товаров
13. Мотивация и стимулирование труда
14. Определение цены и методы ценообразования
15. Организационно-распорядительные методы управления
16. Основы товарной политики
17. Ответственность руководителя как элемент процесса принятия и реализации решения
18. Показатели качества продукции
19. Понятие потребителей и их классификация
20. Понятие товара и его классификация
21. Права потребителей
22. Принципы оценки конкурентоспособности товаров
23. Принципы принятия решений
24. Принципы, функции и подфункции маркетинга
25. Принципы, цели и задачи управления
26. Регулирование ценообразования
27. Рекламная деятельность
28. Система управления персоналом
29. Социально-психологические методы управления



30. Стандарты как организационно-техническая основа управления качеством, их классификация.
31. Стимулирование сбыта
32. Стратегия разработки новых товаров
33. Структура управления маркетингом
34. Сущность и задачи управления качеством труда и продукции
35. Сущность и функции товародвижения и сбыта.
36. Сущность и цели маркетинга
37. Сущность продвижения товаров
38. Сущность, принципы и методы маркетинговых исследований
39. Сущность, функции и принципы цен в маркетинге
40. Транспортировка, хранение и упаковка товаров.
41. Функции менеджмента
42. Ценообразование на разных типах рынков
43. Школы управления
44. Экономические методы управления
45. Этапы жизненного цикла товара
46. Этапы маркетинговых исследований

## 6.2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

### 1. Методы управления - это:

- a) административно-психологические средства и способы воздействия на объект управления
- b) меры принудительного воздействия на подчиненных
- c) комплекс средств и способов воздействия на объект управления для достижения целей
- d) экономические и социальные средства воздействия на подчиненных
- e) воздействие на подчиненных через материальные стимулы

### 2. Термин "менеджмент" нельзя понимать как:

- a) предпринимательскую деятельность
- b) науку управления
- c) процесс управления
- d) вид деятельности
- e) орган или аппарат управления

### 3. Социально-психологические методы управления основаны на:

- a) учете ситуации в коллективе и психологических характеристик личности
- b) только индивидуальных качествах подчиненных
- c) доверительных беседах с членами коллектива
- d) средствах психологии
- e) создании социальных условий для работников

### 5. Управление по результатам - это:

- a) регулярное подведение итогов, их контроль управленческими работниками
- b) подведение итоговых управленческих действий, исходя из их результативности
- c) результаты управления предприятием по конечным экономическим показателям
- d) усиление управленческого контроля за результативностью объекта
- e) поддержание целостности системы управления, ориентированной на конечные результаты

### 6. Административные методы не включают:

- a) устные распоряжения
- b) разработку стандартов качества

- c) дисциплинарные меры воздействия
- d) воздействие через устав предприятия
- e) издание письменных приказов

**7. К средствам внешнего набора кадров не относится:**

- a) формирование резерва кадров
- b) газеты и журналы
- c) радио
- d) анкетирование претендентов на должности в местной службе занятости
- e) телевидение

**8. Для успешного влияния на подчиненных нет необходимости в соблюдении требования:**

- a) на подчиненного следует влиять с учетом определенной потребности
- b) в некоторых ситуациях следует учитывать все потребности подчиненного
- c) подчиненный должен верить, что его усилия имеют хороший шанс оправдать ожидания руководителя
- d) подчиненный должен с высокой вероятностью считать, что исполнение задания приведет к удовлетворению потребности
- e) потребность, к которой апеллируют, должна быть активной и сильной

**9. Отбор кадров осуществляется на основе информации, полученной в результате:**

- a) прохождения испытательного срока
- b) заочного опроса претендентов
- c) применения детектора лжи
- d) выполнения специальных заданий
- e) проведения экзаменов

**10. В процесс управления кадрами не входит следующая составляющая:**

- a) адаптация
- b) набор и распределение работников по должностям
- c) стабилизация кадрового состава
- d) оценка кадров
- e) планирование кадров

**11. Если спрос эластичен по цене, то...**

- a) цена и величина спроса изменяются на одинаковый процент
- b) объем продаж существенно изменяется при незначительном изменении цены
- c) объем продаж не меняется при изменении цены
- d) объем продаж существенно не изменяется при значительном изменении цены

**12. Ценовые стратегии, предполагающие установление низкой цены на новый товар...**

- a) стратегия «снятия сливок»
- b) стратегия «лидера по качеству»
- c) стратегия «цены проникновения»
- d) стратегия «среднерыночных цен»

**13. Информация, собранная ранее для какой-то цели - это ...**

- a) анкета
- b) опрос
- c) первичная информация
- d) вторичная информация

**14. Источниками вторичной информации маркетинговых исследований являются...**

- a) материалы анкетных опросов
- b) СМИ, периодика, статистические сборники
- c) результаты рыночных экспериментов
- d) результаты наблюдения за покупателями в магазинах

**15. Какой тип данных предоставляют государственная статистика, публикации рекламных агентств, материалы институтов для изучения рынка ...**

- a) внешние данные
- b) внутренние данные
- c) первичная информация
- d) вторичная информация

**16. Единство руководства - это принцип менеджмента, означающий:**

- a) взаимосвязь действий руководителей различных уровней
- b) единое руководство каждой управленческой службой организации
- c) интеграцию действий руководителей
- d) обязательность наличия одного руководителя на предприятии
- e) единство действий руководителей всех уровней для достижения общей цели

предприятия

**17. К экономическим средствам воздействия не относится:**

- a) материальное стимулирование
- b) экономический анализ
- c) кредитование и финансирование
- d) построение ранжированных рядов по производственным показателям
- e) планирование

**18. К организационно-экономическим принципам не относится:**

- a) ответственность в управлении
- b) научность
- c) материальное стимулирование
- d) плановость
- e) интеграция

**19. К функциям целей относится:**

- a) повышение степени определенности в деятельности предприятия
- b) предусмотрение санкций за плохую результативность управления
- c) повышение уровня конечных результатов фирмы
- d) уточнение функциональной направленности деятельности работника
- e) соблюдение ответственности за конечные результаты

**20. Комплексное применение методов управления подразумевает:**

- a) совместное применение экономических и социально- административ-

ных методов

- b) комплексный подход к руководству сложным предприятием
- c) совмещение всех методов воздействия при издании приказов, распоряжений и

т.д.

- d) ситуационно-комплексный подход к их реализации
- e) постоянное совместное применение методов управления при решении текущих

вопросов

**21. К основным характеристикам неформальных групп не относится:**

- a) обсуждение производственных вопросов
- b) наличие социального контроля
- c) наличие неформального лидера
- d) сопротивление переменам

**22. Формальная группа - это:**

- a) группа, противодействующая неформальным группам
- b) группа, объединенная на основе выполнения различных форм заказов клиентов
- c) группа, созданная в организации по воле руководства
- d) группа, созданная на основе формальных причин
- e) объединение людей одной и той же профессии

**23. Управление кадрами - это:**

- a) создание резерва управленческих кадров

- b) обучение и воспитание работников
- c) целенаправленное воздействие на кадры через планирование, организацию, мотивацию и контроль
- d) ротация кадров
- e) плановая работа с продвижением работников по службе

**24. Управление кадрами осуществляется на основе:**

- a) анонимного опроса сослуживцев
- b) ротации кадров
- c) регулярных собеседований
- d) процесса планирования, организации, мотивации и контроля
- e) анкетирования работников

**25. Конфликт в коллективе не может быть:**

- a) внутриличностным
- b) межгрупповым
- c) внегрупповым
- d) межличностным
- e) между личностью и группой

**26. Планирование, осуществление и контроль физического перемещения товаров от мест их производства к местам использования, это ...**

- a) система товародвижения
- b) система распределения
- c) транспортировка и складирование продукции
- d) организация продаж

**27. Короткие каналы распределения используются...**

- a) для недорогих стандартных товаров
- b) для товаров массового спроса
- c) для технически сложных товаров
- d) для товаров, требующих качественного послепродажного обслуживания
- e) для скоропортящихся товаров

**28. Собственную сбытовую сеть создают...**

- a) предприятия с ограниченными финансовыми возможностями
- b) крупные предприятия
- c) предприятия, не имеющие опыта маркетинговой деятельности
- d) финансово сильные предприятия

**29. Совокупность фирм или предпринимателей, которые принимают на себя право собственности на конкретный товар при движении его от производителя к потребителю, это ...**

- a) уровень канала распределения
- b) канал распределения
- c) совокупность торговых посредников фирмы
- d) организаторы товародвижения

**30. Канал сбыта товара, продаваемого через фирменный магазин предприятия, это...**

- a) канал нулевого уровня
- b) канал второго уровня
- c) канал первого уровня
- d) многоуровневый канал

**31. К числу достоинств многоуровневой системы посредников относится:**

- a) контроль за ценами на продукцию
- b) доступ к информации о рынке
- c) тесный контакт с потребителем
- d) для производителя снижаются затраты на складирование и транспортировку продукции

**32. Предприятие розничной торговли, продающее сотовые телефоны и аксессуары к ним, называется ...**

- a) специализированный магазин
- b) специальный магазин
- c) дисконтный дом
- d) универсальный магазин

**33. Оптовая торговля – это ...**

- a) продажа товаров крупными партиями
- b) продажа товаров без участия посредников
- c) продажа товаров для перепродажи или профессионального использования
- d) продажа товаров посредникам

**34. Розничный торговец продает покупателю товар ...**

- a) для личного или семейного пользования
- b) для перепродажи
- c) малыми партиями
- d) крупными партиями

**35. Магазином с ограниченным ассортиментом может быть назван...**

- a) универсам
- b) ювелирный салон
- c) универмаг
- d) торговый дом