

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕ-
ЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Б1.Б.05 Управление и маркетинг в АПК

Направление подготовки 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции

Профиль подготовки Хранение и переработка сельскохозяйственной продукции

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

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

ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

Этап 1. Законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия, механизмы управления организациями АПК.

Этап 2. Основные принципы, функции менеджмента.

Уметь:

Этап 1: Самостоятельно анализировать экономическую и научную литературу.

Этап 2: Применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории.

Владеть:

Этап 1: Методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.

Этап 2: Методами проведения маркетинговых исследований.

ПК-16: способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях

Знать:

Этап 1. Принципы построения организационных структур и распределения функций управления.

Этап 2. Формы участия персонала в управлении.

Уметь:

Этап 1: Проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции.

Этап 2: Самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу.

Владеть:

Этап 1: Методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.

Этап 2: Методами проведения маркетинговых исследований.

ПК-17: способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга

Знать:

Этап 1. Основные принципы этики деловых отношений.

Этап 2. Роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга.

Уметь:

Этап 1: Применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории, проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; определять финансовые результаты деятельности предприятия.

Этап 2: Самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу.

Владеть:

Этап 1: Методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.

Этап 2: Методами проведения маркетинговых исследований.

ПК-18: готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции

Знать:

Этап 1. Основные принципы этики деловых отношений.

Этап 2. Роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга.

Уметь:

Этап 1: Проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции.

Этап 2: Самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу.

Владеть:

Этап 1: Методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.

Этап 2: Методами проведения маркетинговых исследований.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 1 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
1	2	3	4
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфес-	знать: законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия, механизмы управ-	

	сиональные и культурные различия	ления организациями АПК; уметь: самостоятельно анализировать экономическую и научную литературу; владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.	
ПК-16	способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях	знать: принципы построения организационных структур и распределения функций управления; уметь: проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.	Проверка конспектов лекций Устная (письменная) защита выполненной работы, тестирование Проверка полученных результатов, тестирование
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	знать: основные принципы этики деловых отношений; уметь: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории, проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; определять финансовые результаты деятельности предприятия; владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.	
ПК-18	готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции	знать: основные принципы этики деловых отношений; уметь: проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.	

Таблица 2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 2 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
1	2	3	4
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знать: основные принципы, функции менеджмента; уметь: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории; владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	Проверка конспектов лекций Устная (письменная) защита выполненной работы, тестирование
ПК-16	способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях	знать: формы участия персонала в управлении; уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу; владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	Проверка полученных результатов, тестирование, Зачет с учетом результатов текущего контроля, в традиционной форме
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	знать: роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга; уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу; владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	
ПК-18	готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции	знать: роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга; уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу; владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	

3. Шкала оценивания.

Университет использует систему оценок соответствующего государственным регламентам в сфере образования и позволяющую обеспечивать интегра-

цию в международное образовательное пространство. Система оценок и описание систем оценок представлены в таблицах 2 и 3.

Система оценок. Таблица 2.

Диапазон оценок, в баллах	Экзамен		Зачет
	европейская шкала (ECTS)	традиционная шкала	
[95;100]	A – (5+)	отлично – (5)	зачтено
[85;95)	B – (5)		
[70;85)	C – (4)	хорошо – (4)	
[60;70)	D – (3+)	удовлетворительно – (3)	незачтено
[50;60)	E – (3)		
[33,3;50)	FX – (2+)	неудовлетворительно – (2)	
[0;33,3)	F – (2)		

Описание системы оценок. Таблица 3.

ECTS	Описание оценок	Традиционная шкала
A	Превосходно – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	(зачтено)отлично
B	Отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.	
C	Хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все преду-	(зачтено)хорошо
D	Удовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным мате-	удовлетворительно
E	Посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	удовлетворительно (незачтено)

FX	Условно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.	(незачтено)неудовлетворительно
F	Безусловно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.	

4. 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.

Таблица 5 - ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия, механизмы управления организациями АПК;	<p>1. Действия лидера, направленные на структуризацию производственных заданий и обязанностей ведомых:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> формирование структуры <input type="checkbox"/> формирование команды <input type="checkbox"/> лидерское участие <input type="checkbox"/> производственная структуризация <input type="checkbox"/> структуризация обязанностей <p>2. Подход к лидерству, который основан на истолковании лидером собственного поведения, поведение своих подчиненных и ситуацию, прежде чем прибегать к определенному стилю лидерства.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> ситуационная теория лидерства <input type="checkbox"/> поведенческая теория лидерства <input type="checkbox"/> личностная теория лидерства <input type="checkbox"/> системная теория лидерства <input type="checkbox"/> кадровая теория лидерства <p>3. Согласно ситуационной теории лидерства Херси-Бланчарда существуют следующие стили лидерства:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> соучастие <input checked="" type="checkbox"/> делегирование

	<input type="checkbox"/> поручительство <input type="checkbox"/> адаптирование
<p>Уметь: самостоятельно анализировать экономическую и научную литературу;</p>	<p>Задача 1 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.</p> <p>Ситуация «Да, но». На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают, Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.</p> <p>Ответ Б находится в роли преследователя. Нужно перейти в роль спасителя и понять, что А не готов принять советы, воспринимая их через призму собственных предрассудков и комплексов и отвергая без анализа, Б должен предложить решение в следующей форме: «Я вижу, вы столкнулись с трудностями и сомневаетесь в эффективности наших предложений. Я предлагаю составить список предложений без обсуждений. Вы потом сами их изучите и сможете воспользоваться».</p> <p>Задача 2 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого.</p> <p>Ситуация «Да, но». На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают, Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.</p> <p>Ответ</p>

	<p>А находится в нервно-подавленном состоянии, ощущает свою беспомощность и не видит выхода из положения («ученик Я»). С целью перехода в состояние «специалист Я» следует записать все предложения коллег без исключения и обдумать после совещания в спокойной обстановке. Кроме того, надо обязательно проанализировать свое состояние «ученик Я» на совещании, чтобы научиться сначала, контролировать его, а затем избегать.</p> <p>Задача 3 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.</p> <p>Ситуация «Позор» Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).</p> <p>Ответ Если руководитель поймет, что обращает больше внимания на ошибки, чем на достижения подчиненных, то следует проанализировать достоинства и негативные качества как работы сотрудника, так и его самого как личности. Так активизируется состояние «специалист Я» вместо критического патерналистского «Я», и нормальные коммуникации будут восстановлены.</p>
<p>Владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка</p>	<p>Задача 1. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб.</p> <p>Определить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптовую стоимость товара; • новую цену продажи остатка товара; • объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.); • прибыль от реализации всей партии товара. <p>Решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение оптовой стоимости товара 500 пар x 1500 руб. = 750 000 руб. • Определение объема реализации товара по 2000 руб. за пару: 300 x 2000 = 600 000 руб. • Определение новой цены продажи остатка товара: 200 0 руб. x 0,8 = 160 руб. за пару • Определение объема реализации остатка товара по

	<p>сниженной цене: 200 пар x 160 руб. = 32 000 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение объема от реализации всей партии товара: 60 000 + 32 000 = 92 000 руб. • Определении прибыли от реализации всей партии товара: 92 000 - 75 000 - 2 000 = 15 000 руб. <p>Задача 2. Необходимо определить будущую стоимость вклада и сумму процента за весь период инвестирования при следующих условиях:</p> <ul style="list-style-type: none"> • первоначальная стоимость вклада составляет $P = 10000$ руб.; • процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, установлена в размере $a = 10\%$ в квартал; • общий период инвестирования составляет $T = 1$ год, $n = 4$. <p>При расчете будущей суммы вклада в процессе его наращивания по сложным процентам используйте формулу:</p> <p>Решение: $S_c = 1000 * (1 + 0,1)^4 = 1464,1$ руб. P – первоначальная стоимость вклада; $P = 1000$ руб. $a = 10$ - процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, в долях; $n = 4$ количество периодов инвестирования.</p> <p>Задача 3. Вы положили в банк $PV = 100$ долларов США под 3% в месяц. Определить, какую прибыль Вы будете иметь к концу года.</p> <p>Решение: $FV = PV + (i+i)n$ PV – первоначальная сумма вклада; FV – будущая стоимость; $n = 12$ – количество периодов, которые анализируются; $FV = 1000 * (1 + 0,03)^{12} = 1343,9$ \$</p>
--	--

Таблица 6 - ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Этап 2

<p>Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности</p>	<p>Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности</p>
<p>основные принципы, функции менеджмента;</p>	<p>1. Теория, предполагающая, что лидер должен оказывать влияние на понимание и восприятие подчиненными поставленной задачи, а также определять пути к достижению цели: <input checked="" type="checkbox"/> модель достижения цели <input type="checkbox"/> ситуационная теория лидерства</p>

	<input type="checkbox"/> поведенческая теория лидерства <input type="checkbox"/> личностная теория лидерства <input type="checkbox"/> системная теория лидерства 2. Согласно ситуационной теории лидерства Херси-Бланчарда существуют следующие стили лидерства: <input checked="" type="checkbox"/> поучение <input checked="" type="checkbox"/> инструктирование <input type="checkbox"/> указание <input type="checkbox"/> определение 3. Для холдинга как интегрированной структуры характерны следующие цели: <input type="checkbox"/> совместное получение прибыли <input type="checkbox"/> проведение единой рекламной политики <input type="checkbox"/> создание одного общего товара <input checked="" type="checkbox"/> проведение единой политики <input checked="" type="checkbox"/> контроль за соблюдением интересов крупных корпораций
<p>Уметь: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;</p>	<p>Задача 1 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого. Ситуация «Позор» Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).</p> <p>Ответ Сотруднику необходимо сознательно активизировать свое состояние «специалист Я» и стимулировать такое же состояние у руководителя четким разграничением достоинств и ошибок в работе и подчеркиванием достоинств, Сотрудник укрепитесь в состоянии «специалист Я», и конфликт будет улажен.</p> <p>Задача 2 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя. Ситуация «Я глуп» Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознвая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.</p> <p>Ответ</p>

	<p>Сотрудница находится в состоянии приспособления («ученик Я»), Чтобы перевести ее в состояние «специалист Я», следует постоянно спрашивать ее, как она делала свою работу раньше, и ждать конкретного ответа. Для поддержания состояния «специалист Я» применяются следующие вопросы: какие у вас представления об этом? как это можно сделать, по вашему мнению? какой информации вам недостает, чтобы принять самостоятельное решение? какой опыт решения подобных вопросов у вас есть? и др.</p> <p>Задача 3 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого. Ситуация «Сейчас я тебе покажу». Руководитель говорит опоздавшему сотруднику: «А вы знаете, который уже час?» Сотрудник виновато отвечает: «Извините, пожалуйста, за опоздание, это больше не повторится». Руководитель (угрожающе): «Вы уже третий раз за эту неделю опаздываете на работу. Я не буду больше с этим мириться». Не зная, как реагировать, подчиненный молчит.</p> <p>Ответ Ваш начальник формально прав, только он слишком импульсивно реагирует, задевая ваше достоинство. Решение ситуации зависит только от вас. Ваш ответ должен быть из состояния «специалист Я», а не «ученик Я», спокойным и конструктивным: «Вы правы, я действительно трижды опаздывал на этой неделе, но уже предпринял определенные меры, чтобы в будущем быть пунктуальным».</p>
<p>Владеть: методами проведения маркетинговых исследований.</p>	<p>Задача 1. В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 12,5 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 12,2 руб./шт. Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.</p> <p>Решение: 1. Определить стоимость продукции по плановой цене $12,5 \times 2600 = 32500$руб. 2. Определить фактическую стоимость продукции $12,2 \times 2750 = 33550$ руб. 3. Определить, на сколько перевыполнен план продаж $33550 - 32500 = 1050$ руб. 4. Определяем потери выручки в связи с уменьшением цены $(12,2 - 12,5) \times 2750 = - 825$ руб.</p>

	<p>Ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • объем реализации продукции составляет 33550 руб.; • выручка, связанная с дополнительной продажей продукции по сниженной цене, составляет 1050 руб. <p>Задача 2. Торговое предприятие проводит выставку. Фактический товарооборот за месяц до выставки составил 480 тыс. руб., через месяц после выставки – 560 тыс. руб. На проведение мероприятий, связанных с выставкой, было израсходовано 2700 руб. Торговая надбавка равна 18,5%. Торговое предприятие имеет один выходной день в неделю.</p> <p>Определить эффективность выставки продаж.</p> <p>Решение:</p> <p>Определяем объем продаж в день до выставки $480 : 26 \text{ дней} = 18,5 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем объем продаж в день после выставки $560 : 26 = 21,5 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем увеличение объема продаж в день, связанного с проведением выставки $21,5 - 18,5 = 3 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем увеличение объема продаж за месяц $3 \times 26 \text{ дней} = 78 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем торговую надбавку (в руб.) и эффективность выставки продаж тыс. руб.;</p> $14,43 - 2,7 = 11,73 \text{ тыс. руб.}$ <p>Ответ: эффективность выставки продаж составляет 11,73 тыс. руб.</p> <p>Задача 3. Рабочий-сдельщик 5 разряда выработал за месяц 110 тонн продукции. Дневная норма выработки – 4 т. Дневная тарифная ставка – 8,96 руб. Премия составляет 50% сдельного заработка.</p> <p>Определить месячный заработок сдельщика.</p> <p>Решение:</p> <p>Определяем сдельную расценку за 1т выработанной продукции:</p> $8,96 / 4 = 2,24 \text{ руб./т}$ <p>Определяем сдельный заработок $2,24 * 110 \text{ т.} = 246,4 \text{ руб.}$</p> <p>Определяем общий заработок: $246,4 + (246,4 * 0,5) = 369,6 \text{ руб.}$</p> <p>Ответ: месячный заработок сдельщика составляет 369,6 руб.</p>
--	--

Таблица 7 - ПК-16: способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности								
<p>Знать: принципы построения организационных структур и распределения функций управления;</p>	<p>1. Соответствие стратегии ценообразования и описания в рамках товарной номенклатуры</p> <table border="0" data-bbox="710 448 1476 918"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Стратегия "ценовой ступеньки"</td> <td>установление ценовых интервалов между товарами одной продуктовой линии</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Цена на дополняющие товары</td> <td>установление цен на вспомогательные принадлежности, продаваемые вместе с основным изделием</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Стратегия роста цены эксплуатации</td> <td>установление цен на принадлежности, которые подлежат использованию вместе с основным изделием</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Цена на побочные продукты производства</td> <td>установление цен на малоценные продукты с целью избавиться от них</td> </tr> </table> <p>2. Максимально точным описанием концепции восприятия цены является: <input checked="" type="checkbox"/> "субъективная оценка покупателем цены (уровня цены) на определенный продукт" <input type="checkbox"/> "уменьшение когнитивного диссонанса по мере уточнения информации о ценах" <input type="checkbox"/> "познавательное и поведенческое усвоение потребителем различных уровней цен, которые появляются на рынке" <input type="checkbox"/> "уровень цен, превышение которого приводит к полному отказу потребителей от приобретения данного продукта" <input type="checkbox"/> "реакция покупателей на изменения цен на отдельные продукты"</p> <p>3. Рынок товаров производственного назначения это: а) + все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли; б) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров; в) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли; г) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли;</p>	Стратегия "ценовой ступеньки"	установление ценовых интервалов между товарами одной продуктовой линии	Цена на дополняющие товары	установление цен на вспомогательные принадлежности, продаваемые вместе с основным изделием	Стратегия роста цены эксплуатации	установление цен на принадлежности, которые подлежат использованию вместе с основным изделием	Цена на побочные продукты производства	установление цен на малоценные продукты с целью избавиться от них
Стратегия "ценовой ступеньки"	установление ценовых интервалов между товарами одной продуктовой линии								
Цена на дополняющие товары	установление цен на вспомогательные принадлежности, продаваемые вместе с основным изделием								
Стратегия роста цены эксплуатации	установление цен на принадлежности, которые подлежат использованию вместе с основным изделием								
Цена на побочные продукты производства	установление цен на малоценные продукты с целью избавиться от них								
<p>Уметь: проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции;</p>	<p>Задача 1 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь <u>в роли подчинённого</u>. <i>Ситуация «Позор»</i> Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция пресле-</p>								

	<p>дователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).</p> <p>Ответ:</p> <p>Сотруднику необходимо сознательно активизировать свое состояние «специалист Я» и стимулировать такое же состояние у руководителя четким разграничением достоинств и ошибок в работе и подчеркиванием достоинств. Сотрудник укрепитесь в состоянии «специалист Я», и конфликт будет улажен.</p> <p>Задача 2</p> <p>Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.</p> <p><i>Ситуация «Позор»</i></p> <p>Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).</p> <p>Ответ:</p> <p>Если руководитель поймет, что обращает больше внимания на ошибки, чем на достижения подчиненных, то следует проанализировать достоинства и негативные качества как работы сотрудника, так и его самого как личности. Так активизируется состояние «специалист Я» вместо критического патерналистского «Я», и нормальные коммуникации будут восстановлены.</p>
<p>Владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка;</p>	<p>Задача 1</p> <p>Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.</p> <p><i>Ситуация «Сам увидишь, что из всего этого получится»</i></p> <p>Руководитель А дает задание Б приобрести оборудование определенной марки. Б пытается объяснить ему, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой причине. Но А, за которым последнее слово, подбирает внешне весомые аргументы в пользу своего решения и убеждает Б в его правильности. Б соглашается: «Ну хорошо, если вы так думаете, то я приобрету это оборудование», - одновременно тоном речи и набором слов и интонацией в фразе давая понять А на скрытом уровне, что он не согласен с решением и не будет нести никакой ответственности за его последствия. Через некоторое время мнение Б подтверждается, и оборудование демонтируется. Когда А вызывает к себе Б, чтобы проанализировать</p>

	<p>причину неудачи, тот отвечает: «Вы же сами хотели приобрести именно это - А я с самого начала предупреждал вас, что оборудование никуда не годится». Таким образом, скрытая коммуникация становится явной и порождает смену ролей и напряженность в общении.</p> <p>Ответ:</p> <p>Если при разговоре с подчиненными вы слышите какие-либо аргументы против вашего решения, то постарайтесь конструктивно с ними разобраться. Помните о том, что многие сотрудники робеют перед начальством, а мнение специалистов должно быть решающим в вопросах, относящихся больше к их компетенции, нежели к компетенции руководителя. Особенно внимательно относитесь к контраргументам и радуйтесь тому, что сотрудник ответственно относится к делу и предупреждает о возможных трудностях. Он может подметить важные моменты и предложить нужные решения.</p> <p>Задача 2</p> <p>Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь <u>в роли подчинённого</u>. <i>Ситуация «Да, но».</i></p> <p>На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.</p> <p>Ответ:</p> <p>А находится в нервно-подавленном состоянии, ощущает свою беспомощность и не видит выхода из положения («ученик Я»). С целью перехода в состояние «специалист Я» следует записать все предложения коллег без исключения и обдумать после совещания в спокойной обстановке. Кроме того, надо обязательно проанализировать свое состояние «ученик Я» на совещании, чтобы научиться сначала, контролировать его, а затем избегать.</p>
--	--

Таблица 8 - ПК-16: способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, на-
--	---

деятельности	выков и (или) опыта деятельности
<p>Знать: формы участия персонала в управлении</p>	<p>Деловая игра "Вступление в должность" Обоснование ситуации Появление в трудовом коллективе нового руководителя всегда значительное событие как для него самого, так и для подчинённых. Вступающему в должность, даже если он не назначен на нее, а избран коллективом или прошёл по конкурсу, предстоит ещё заслужить или закрепить свой авторитет и доверие коллектива. Ему придется адаптироваться в сложившемся коллективе, система отношений, установки и стиль работы которого уже сформировались. Поэтому возможны значительные осложнения, противоречия, конфликты, иногда заканчивающиеся отторжением нового руководителя. С наибольшими сложностями сталкиваются при этом молодые, начинающие руководители. Они, как правило, ещё не умеют работать с людьми, плохо чувствуют разницу между личными контактами и деловым общением, иногда грешат самолюбованием, администрированием, а потому теряют контакт с коллективом. Другая крайность выражается в стремлении избежать активных действий. А ведь первое впечатление, сложившееся о человеке, оказывается наиболее сильным и сохраняется достаточно долго. Новому руководителю следует помнить, что состав и последовательность его действий должны определяться не только разработанной им стратегией работы коллектива, но и особенностями межличностных отношений. Цели изучения ситуации 1. Изучение процедуры вхождения в должность руководителя. 2. Выявление различных точек зрения на проблему вхождения в должность. 3. Оценка готовности занять должность руководителя. 4. Тренинг делового общения, ведения дискуссий, принятия решения. 5. Обучение моделированию процесса вхождения в должность. 6. Отработка типовых процедур знакомства руководителя с коллективом, разработка плана работы в первые дни, принятия и реализации решений в новых условиях.</p>
<p>Уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу;</p>	<p>Задача 1 Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь <u>в роли подчинённого</u>. <i>Ситуация «Сам увидишь, что из всего этого получится»</i> Руководитель А дает задание Б приобрести оборудование определенной марки. Б пытается объяснить ему, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой</p>

причине. Но А, за которым последнее слово, подбирает внешне весомые аргументы в пользу своего решения и убеждает Б в его правильности. Б соглашается: «Ну хорошо, если вы так думаете, то я приобрету это оборудование», - одновременно тоном речи и набором слов и интонацией в фразе давая понять А на скрытом уровне, что он не согласен с решением и не будет нести никакой ответственности за его последствия. Через некоторое время мнение Б подтверждается, и оборудование демонтируется. Когда А вызывает к себе Б, чтобы проанализировать причину неудачи, тот отвечает: «Вы же сами хотели приобрести именно это - А я с самого начала предупреждал вас, что оборудование никуда не годится». Таким образом, скрытая коммуникация становится явной и порождает смену ролей и напряженность в общении.

Ответ:

Если вам не удалось убедить шефа никаким способом, то не старайтесь отомстить ему за невнимание к вашему мнению, соглашаясь с видимой покорностью с неправильным решением. Скажите шефу, что вам надо обдумать это задание, и запишите все аргументы «за» и «против», а также возможные решения по преодолению недостатков принятого решения. Покажите ваши записи руководителю в удобное для вас обоим время. Он будет их читать из состояния «специалист Я», а не из бунтарского «ученик Я», как при первом разговоре. В результате дискуссии будет выработано оптимальное решение и сохранятся добрые отношения руководителя и сотрудника.

Задача 2

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.
Ситуация «Да, но».

На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.

Ответ:

Б находится в роли преследователя. Нужно перейти в роль спасителя и понять, что А не готов принять советы, воспринимая их через призму собственных предрассудков и комплексов и отвергая без анализа, Б должен

	предложить решение в следующей форме: «Я вижу, вы столкнулись с трудностями и сомневаетесь в эффективности наших предложений. Я предлагаю составить список предложений без обсуждений. Вы потом сами их изучите и сможете воспользоваться».
Владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	<p>Задача 1</p> <p>Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.</p> <p><i>Ситуация «Я глуп»</i></p> <p>Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознавая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.</p> <p>Ответ:</p> <p>Сотрудница находится в состоянии приспособления («ученик Я»), Чтобы перевести ее в состояние «специалист Я», следует постоянно спрашивать ее, как она делала свою работу раньше, и ждать конкретного ответа. Для поддержания состояния «специалист Я» применяются следующие вопросы: какие у вас представления об этом? как это можно сделать, по вашему мнению? какой информации вам недостает, чтобы принять самостоятельное решение? какой опыт решения подобных вопросов у вас есть? и др.</p>

Таблица 9 - ПК-17: способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга.

Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: основные принципы этики деловых отношений	<p>1. Функциями цены являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/>определение удельной прибыли <input checked="" type="checkbox"/>поддержка стратегий распространения товаров <input checked="" type="checkbox"/>регулирование продаж во времени <input type="checkbox"/>определение объема производства <input type="checkbox"/>развитие технологий <p>2. Стратегии вытеснения конкурентов с помощью цен соответствует ситуация, в которой цена устанавливается на ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/>уровне, который делает рынок непривлекательным в такой степени, что один или несколько конкурентов вскоре покинут его <input type="checkbox"/>уровне, который не является привлекательным для потенци-

	<p>альных конкурентов</p> <p><input type="checkbox"/> уровне немного ниже рыночного; конкуренты не пострадают, но будут вынуждены скорректировать свои цены</p> <p><input type="checkbox"/> в зависимости от ситуации, складывающейся на рынке; однако она достаточно низка для того, чтобы гарантировать сбыт всей продукции, произведенной компанией</p> <p>3. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы</p> <p>а) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);</p> <p>б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);</p> <p>в) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);</p> <p>г) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения)</p> <p>д) + все ответы верны</p>
<p>Уметь:</p> <p>применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории, проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; определять финансовые результаты деятельности предприятия;</p>	<p>Задача 1</p> <p>Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь <u>в роли подчинённого</u>.</p> <p><i>Ситуация «Я глуп»</i></p> <p>Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознвая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.</p> <p>Ответ:</p> <p>Если вы видите неадекватную реакцию коллег или начальства на ваши вопросы, то это означает, что вы могли бы решить их сами. Проблема заключается в том, что вы не можете классифицировать недостающую информацию на важную и второстепенную из-за недостаточности опыта- Вопросы о важной информации вам следует задавать, а касающиеся второстепенной — решать самостоятельно. С приобретением опыта к вам придет уверенность в действиях и вы будете решать все вопросы сами, не нуждаясь в постоянном подтверждении правильности решений со стороны коллег и руководителя- Записывайте все вопросы и варианты их решения, и вы увидите, какие из них являются простыми, а какие требуют коллективного решения.</p>
<p>Владеть:</p> <p>методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающими</p>	<p>Задача 1. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки</p>

<p>требованиям стандартов и рынка.</p>	<p>производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб.</p> <p><i>Определить:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · оптовую стоимость товара; · новую цену продажи остатка товара; · объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.); · прибыль от реализации всей партии товара. <p>Решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Определение оптовой стоимость товара 500 пар x 1500 руб. = 750 000 руб. · Определение объема реализации товара по 2000 руб. за пару: 300 x 2000 = 600 000 руб. · Определение новой цены продажи остатка товара: 200 0 руб. x 0,8 = 160 руб. за пару · Определение объема реализации остатка товара по сниженной цене: 200 пар x 160 руб. = 32 000 руб. · Определение объема от реализации всей партии товара: 60 000 + 32 000 = 92 000 руб. · Определении прибыли от реализации всей партии товара: 92 000 - 75 000 - 2 000 = 15 000 руб.
--	--

Таблица 10 - ПК-17: способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга.
Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
<p>Знать: роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга;</p>	<p>1. Цена, устанавливаемая по согласованию сторон на определенные объемы продукции и сроки ее поставки, в течение которых цена не должна меняться.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> договорная <input type="checkbox"/> базисная <input type="checkbox"/> фактурная <input type="checkbox"/> оптовая <input type="checkbox"/> номинальная <p>2. Снижение цен с целью поощрения ответной реакции потребителей, которая может выражаться в досрочной оплате товара или приобретении большего количества товара это установление цен ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> со скидками и зачётами <input type="checkbox"/> дискриминационных <input type="checkbox"/> с учётом психологии покупателя <input type="checkbox"/> ориентированных на потребительскую ценность <input type="checkbox"/> ориентированных на международные рынки

	<p>3. Потребительский рынок формируется:</p> <p>а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;</p> <p>б) + Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;</p> <p>в) лицами, которые приобретают товары для продажи;</p> <p>г) предприятиями изготовителями готовой продукции;</p>
<p>Уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу;</p>	<p>Задача 1. Необходимо определить будущую стоимость вклада и сумму процента за весь период инвестирования при следующих условиях:</p> <ul style="list-style-type: none"> · первоначальная стоимость вклада составляет $P = 10000$ руб.; · процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, установлена в размере $a = 10\%$ в квартал; · общий период инвестирования составляет $T = 1$ год, $n = 4$. <p>При расчете будущей суммы вклада в процессе его наращивания по сложным процентам используйте формулу:</p> $Sc = P * (1 + a)^n$ <p>Решение: $Sc = 1000 * (1 + 0,1)^4 = 1464,1$ руб. P – первоначальная стоимость вклада; $P = 1000$ руб. $a = 10$ - процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, в долях; $n = 4$ количество периодов инвестирования.</p>
<p>Владеть: методами проведения маркетинговых исследований.</p>	<p>Задача 1. Вы положили в банк $PV = 100$ долларов США под 3% в месяц. Определить, какую прибыль Вы будете иметь к концу года.</p> <p>Решение: $FV = PV + (i+i)n$ PV – первоначальная сумма вклада; FV – будущая стоимость; $n = 12$ – количество периодов, которые анализируются;</p> $FV = 1000 * (1 + 0,03)^{12} = 1343,9$ \$

Таблица 11 - ПК-18: готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции. Этап 1

<p>Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта</p>	<p>Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, на-</p>
---	--

деятельности	выков и (или) опыта деятельности
<p>Знать: основные принципы этики деловых отношений</p>	<p>1. Основные правила и идеалы, которым следует лицо, принимающее решение, столкнувшись с ситуацией выбора - <i>Правильные варианты ответа:</i> мораль.</p> <p>2. Рисунку соответствует ...</p> <div data-bbox="738 365 1286 461" style="text-align: center;"> <pre> graph LR A[производитель] --> B[потребитель] </pre> </div> <p><input checked="" type="checkbox"/> канал прямого маркетинга <input type="checkbox"/> двухуровневый канал распределения <input type="checkbox"/> горизонтальная маркетинговая система <input type="checkbox"/> франчайзинговая организация</p> <p>3. Отбор целевых рынков — это:</p> <p>а) удовлетворения всех без исключения потребителей; б) + поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется. в) определение места продажи своего товара; г) определение вида продвижения товара.</p>
<p>Уметь: проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции;</p>	<p>Задача 1. В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 12,5 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 12,2 руб./шт.</p> <p>Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.</p> <p>Решение:</p> <p>1. Определить стоимость продукции по плановой цене $12,5 \times 2600 = 32500$руб.</p> <p>2. Определить фактическую стоимость продукции $12,2 \times 2750 = 33550$ руб.</p> <p>3. Определить, на сколько перевыполнен план продаж $33550 - 32500 = 1050$ руб.</p> <p>4. Определяем потери выручки в связи с уменьшением цены $(12,2 - 12,5) \times 2750 = - 825$ руб.</p> <p>Ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"> · объем реализации продукции составляет 33550 руб.; · выручка, связанная с дополнительной продажей продукции по сниженной цене, составляет 1050 руб.
<p>Владеть: методами управления технологическими процессами при</p>	<p>Задача 1. Торговое предприятие проводит выставку. Фактический товарооборот за месяц до выставки составил 480 тыс. руб., через месяц после выставки – 560</p>

<p>производстве продукции растениеводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка.</p>	<p>тыс. руб. На проведение мероприятий, связанных с выставкой, было израсходовано 2700 руб. Торговая надбавка равна 18,5%. Торговое предприятие имеет один выходной день в неделю.</p> <p>Определить эффективность выставки продаж.</p> <p>Решение:</p> <p>Определяем объем продаж в день до выставки $480 : 26 \text{ дней} = 18,5 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем объем продаж в день после выставки $560 : 26 = 21,5 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем увеличение объема продаж в день, связанного с проведением выставки $21,5 - 18,5 = 3 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем увеличение объема продаж за месяц $3 \times 26 \text{ дней} = 78 \text{ тыс. руб.}$</p> <p>Определяем торговую надбавку (в руб.) и эффективность выставки продаж</p> $\frac{78 \times 18,5}{100} = 14,43$ <p>тыс. руб.;</p> <p>$14,43 - 2,7 = 11,73 \text{ тыс. руб.}$</p> <p><i>Ответ:</i> эффективность выставки продаж составляет 11,73 тыс. руб.</p>
--	---

Таблица 12 - ПК-18: готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
<p>Знать:</p> <p>роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга;</p>	<p>1. Разработка рекламной стратегии включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) + создание рекламного обращения; б) определение эффективности рекламы; в) создание концепции товара; г) определение целевой аудитории; <p>2. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) усиление законодательных норм; б) увеличение возраста потребителей; в) снижение количества населения; г) + несовершенство программы маркетинга; <p>3. Различают следующие уровни товара:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) новый и модифицированный б) + товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением; в) товар с упаковкой; товар без упаковки; г) второй сорт, первый сорт, высший сорт
<p>Уметь:</p>	<p>Задача 1. Рабочий-сдельщик 5 разряда выработал</p>

самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу;	<p>за месяц 110 тонн продукции. Дневная норма выработки – 4 т. Дневная тарифная ставка – 8,96 руб. Премия составляет 50% сдельного заработка.</p> <p>Определить месячный заработок сдельщика.</p> <p>Решение:</p> <p>Определяем сдельную расценку за 1т выработанной продукции:</p> $8,96 / 4 = 2,24 \text{ руб./т}$ <p>Определяем сдельный заработок</p> $2,24 * 110\text{т.} = 246,4 \text{ руб.}$ <p>Определяем общий заработок:</p> $246,4 + (246,4 * 0,5) = 369,6 \text{ руб.}$ <p><i>Ответ:</i> месячный заработок сдельщика составляет 369,6 руб.</p>
Владеть: методами проведения маркетинговых исследований.	<p>Задача 1. Предприятие «Азимут» - 10.04.17 ввезло в Россию импортный подакцизный товар из Эстонии, таможенная стоимость которого составляет 8000 \$ США.</p> <p>Пошлина, оплаченная при ввозе товара, составляет 2%, таможенный сбор – 0,2%, акцизный сбор – 30%.</p> <p>Установить общую сумму платежей, если курс ЦБ на эту дату составляет 55 руб. за один доллар США.</p> <p>Решение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определяем таможенную стоимость $8000 * 55 = 440 \text{ тыс. руб.}$ 2. Определяем таможенный сбор $440000 * 0,2\% / 100 = 880 \text{ руб.}$ 3. Определяем государственную пошлину $440000 * 2\% / 100 = 8800 \text{ руб.}$ 4. Определяем акцизный сбор $440000 * 30/100 = 132000 \text{ руб.}$ 5. Определяем общую сумму платежей $880 \text{ руб.} + 8800 \text{ руб.} + 132000 \text{ руб.} = 141680$ <p><i>Ответ:</i> общая сумма платежей составляет 25784 руб.</p>

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

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль (*зачет, экзамен*), контроль самостоятельной работы студентов.

Таблица 13. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности на 1 этапе формирования компетенции

Виды занятий и контрольных мероприятий	Оцениваемые результаты обучения	Описание процедуры оценивания
1	2	3
Лекционное занятие (посещение лекций)	Знание теоретического материала по пройденным темам	Проверка конспектов лекций
Выполнение практических (лабораторных) работ	Основные умения и навыки, соответствующие теме работы	Устная (письменная) защита выполненной работы, тестирование
Самостоятельная работа (выполнение индивидуальных, дополнительных и творческих заданий)	Знания, умения и навыки, сформированные во время самоподготовки	Проверка полученных результатов, рефератов, тестирование

Таблица 14. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности на 2 этапе формирования компетенции

Виды занятий и контрольных мероприятий	Оцениваемые результаты обучения	Описание процедуры оценивания
1	2	3
Лекционное занятие (посещение лекций)	Знание теоретического материала по пройденным темам	Проверка конспектов лекций
Выполнение практических (лабораторных) работ	Основные умения и навыки, соответствующие теме работы	Устная (письменная) защита выполненной работы, тестирование
Самостоятельная работа (выполнение индивидуальных, дополнительных и творческих заданий)	Знания, умения и навыки, сформированные во время самоподготовки	Проверка полученных результатов, контрольных работ, тестирование
Промежуточная аттестация	Знания, умения и навыки соответствующие изученной дисциплине	Зачет с учетом результатов текущего контроля, в традиционной форме

Текущий контроль успеваемости обучающихся осуществляется по всем видам контактной и самостоятельной работы, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем, ведущим аудиторные занятия.

Текущий контроль успеваемости может проводиться в следующих формах:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.д.);
- письменная (письменный опрос, выполнение, расчетно-проектировочной и расчетно-графической работ и т.д.);
- тестовая (устное, письменное, компьютерное тестирование).

Результаты текущего контроля успеваемости фиксируются в журнале занятий с соблюдением требований по его ведению.

Промежуточная аттестация – это элемент образовательного процесса, призванный определить соответствие уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся, установленным требованиям согласно рабочей программе дисциплины. Промежуточная аттестация осуществляется по результатам текущего контроля.

Конкретный вид промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Зачет, как правило, предполагает проверку усвоения учебного материала практические и семинарских занятий, выполнения лабораторных, расчетно-проектных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), а также проверку результатов учебной, производственной или преддипломной практик. В отдельных случаях зачеты могут устанавливаться по лекционным курсам, преимущественно описательного характера или тесно связанным с производственной практикой, или имеющим курсовые проекты и работы.

6. Материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Полный комплект оценочных средств для оценки знаний, умений и навыков находится у ведущего преподавателя.

6.1. Контрольные вопросы

6.1.1. Вопросы для текущего контроля

6.1.1. Модуль 1 Сущность и основы менеджмента

1. Понятие организации. Общие характеристики организации.
2. Представление организации в виде открытой системы.
3. Суть управленческой деятельности.
4. Полномочия по управлению, делегирование полномочий.
5. Основные функции управления.
6. Методы управления.
7. Стили управления людьми.
8. Планирование работ.
9. Стратегическое планирование, тактическое и текущее (оперативное) планирование.
10. Организационные структуры.
11. Подбор и расстановка кадров.
12. Мотивация труда в организации.
13. Контроль выполнения работ и результатов деятельности.
14. Групповое поведение и лидерство.
15. Понятие стратегии организации. Стратегия и политика.
16. Стратегические решения, их особенности.

6.1.2. Модуль 2 Теоретические основы маркетинга и маркетинговые исследования

1. Сущность маркетинга как науки. Принципы маркетинга.
2. Стратегии и тактики маркетинга.
3. Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций.
4. Понятие, сущность маркетинговых исследований.
5. Цели, принципы, виды маркетинговых исследований.
6. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для оценки качества продукции растениеводства и животноводства.
7. Специфика маркетинга в аграрном секторе, связанная с особенностями сельского хозяйства, рыночного механизма и охраной окружающей среды.
8. Новые тенденции развития маркетинговых систем.
9. Оценка качества продукции растениеводства и животноводства.
10. Инструменты сбора первичных данных. Методы анализа информации.
11. Необходимость получения информации об общественных потребностях в продукции сельского хозяйства (продукции растениеводства и животноводства).
12. Организация исследовательской работы по маркетингу в крупных, средних предприятиях и малом бизнесе АПК.

6.1.3. Модуль 3 Маркетинговые стратегии и комплекс инструментального маркетинга

1. Сегментация рынка как необходимый элемент его регулирования.
2. Стратегии охвата рынка.
3. Определение набора конкурентных товаров, обслуживающих целевой рынок.
4. Выбор стратегии маркетинга на предприятиях АПК.
5. Понятие товара (продукция и услуги) и его виды.
6. Жизненный цикл товара.
7. Понятия товарного ассортимента, порядок формирования и способы расширения товарного ассортимента.
8. Товарная политика в АПК.
9. Конкурентоспособность товара (продукция и услуги).
10. Качество сельскохозяйственной продукции.
11. Сущность и функции цен в маркетинге. Виды цен и их классификация. Ценообразование как функция государства и предприятия. Ценообразующие факторы и виды ценовых стратегий.
12. Ценовая и неценовая конкуренция. Государственное регулирование цен. Разработка стратегий ценообразования.
13. Особенности ценообразования на продукцию АПК.

6.1.4. Модуль 4 Система управления маркетингом на предприятиях АПК

1. Сущность, цели, задачи, методы, функции и принципы управления маркетингом, особенности их применения на разных уровнях.
2. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК.
3. Технология принятия маркетинговых решений.
4. Этапы создания службы маркетинга.

5. Уровни каналов распределения товаров (продукции и услуг).
6. Методы распространения товара (продукции и услуг).
7. Особенности продвижения экологической и сельскохозяйственной продукции.
8. Понятие системы сбыта товаров сельского хозяйства, особенности сбыта экологической продукции и услуг.
9. Функции системы сбыта аграрных продуктов.
10. Организация сбыта товаров (продукции и услуг).
11. Механизм распределительных отношений на предприятиях АПК .
12. Сущность, проблемы и цели маркетинговых коммуникаций.
13. Стратегия и методы маркетинговых коммуникаций. Система и стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций.
14. Формы и методы использования рекламы. Личные продажи. Стимулирование сбыта.

6.1.2. Контрольные вопросы для промежуточной аттестации

1. Американская школа менеджмента.
2. Японская школа менеджмента.
3. Немецкая школа менеджмента.
4. Авторитарный стиль руководства и его содержание.
5. Демократический стиль руководства и его содержание.
6. Либеральный стиль руководства и его содержание.
7. Мотивация труда руководителей и специалистов.
8. Кадровая политика государства.
9. Научные принципы подбора и расстановка кадров.
10. Требования к современному хозяйственному руководителю.
11. Аттестация кадров управления, её содержание, порядок проведения.
12. Лидерство в трудовых коллективах, взаимоотношения руководителя с неофициальными лидерами.
13. Инновационный менеджмент.
14. Финансовый менеджмент.
15. Предпринимательский риск: понятие и виды.
16. Процесс управления рисками.
17. Планирование и использование времени руководителей и специалистов.
18. Типы темпераментов и их сущность.
19. Психологическая совместимость.
20. Характер, черты характера и их сущность.
21. Способности, их содержание и влияние на формирование личности.
22. Методы управления конфликтом. Способы и правила поведения в конфликте.
23. Типы авторитетов и их характеристики.
24. Одежда и манеры делового мужчины.
25. Одежда и внешний облик деловой женщины
26. Деловые приемы.
27. Сувениры и подарки в деловой сфере.

28. Этика делового телефонного разговора.
29. «Паблик рилейшенз». Их роль в современном менеджменте.
30. Управление качеством продукции в современной фирме.
31. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
32. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
33. Разработка товаров: товары, товарные марки, упаковка, услуги.
34. Чистая конкуренция.
35. Монополистическая конкуренция.
36. Олигополистическая конкуренция.
37. Чистая монополия.
38. Установление цен на товары: подходы к проблеме ценообразования.
39. Методы распространения товаров: розничная и оптовая торговля.
40. Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта и пропаганда.
41. Продвижение товаров: личная продажа и управление сбытом.
42. Планирование маркетинга.
43. Маркетинговый контроль.
44. Лизинг как форма реализации продукции предприятия.
45. Международный маркетинг.
46. Управление маркетингом.
47. Управление нововведениями (инновациями).
48. Управление финансами.
49. Управление внешнеэкономической деятельностью.
50. АСУ: принципы построения и функционирования.

6.2. Тестовые задания

1. Главное содержание методологии менеджмента в:
 - a) Цели и миссии управления
 - b) Средствах и методах управления
 - c) Обеспечении эффективности управления
 - +d) Целях, механизмах и методах управления
 - e) Содержании задач и методах управления.

2. Типология менеджмента определяется
 - +a) Разнообразием конкретных условий
 - b) Индивидуальными особенностями менеджера
 - c) Возможностями достижения максимальной эффективности
 - d) Компетентностью персонала менеджмента
 - e) Условиями развития организации

3. Понятие «управляемость» характеризует:
 - a) Воздействие на управляемый объект
 - b) Эффективное управленческое решение
 - +c) Реакция организации на управленческое воздействие
 - d) Компетенции персонала управления
 - e) Уровень образования менеджеров

4. Следующие негативные последствия делегирования полномочий наиболее опасны:

- a) Нарушение интеграции процессов управления
- b) Увеличение трудоемкости контроля
- +c) Нарушение социально-психологического климата
- +d) Возникновение конфликтных ситуаций
- e) Возникновение сложной системы соподчиненности

5. Главным фактором, определяющим эффективность мотивации является:

- a) Учет потребностей человека
- b) Ценность вознаграждения
- +c) Взаимосвязь результата с величиной вознаграждения
- d) Оценка результата выполнения работы

6. Понятие ответственности это:

- +a) Обязательство по реализации закрепленных за менеджером функций
- b) Мера порицания не выполненную или плохо выполненную работу
- c) Право определять наказание за нарушение дисциплины
- d) Должностное положение, организационный статус деятельности
- e) Строгое и точное выполнение распоряжений руководства

7. Главным фактором формирования механизма управления является:

- a) Информационное обеспечение управления.
- b) Подбор и расстановка персонала.
- +c) Рациональный тип организации управления.
- d) Повышение квалификации персонала.
- e) Исследование и учет характеристик персонала.

8. Наиболее корректным определением цели управления является:

- +a) Результат, на достижение которого направлено управление.
- b) Видение будущего, которое желательно достичь.
- v) Объективная тенденция развития организации.
- г) Желательное и состояние управляемой системы.
- d) Финансовое положение, определяющее стабильность и устойчивость.

9. Проблема в процессе управления - это:

- a) Совокупность информации о состоянии управляемой системы.
- +б) Комплекс задач, решаемых в процессе управления.
- v) Конфликтная ситуация возникающая в организации.
- г) Определение действий антикризисного характера.
- d) Главное противоречие, требующее своего разрешения.

10. Роль диагностики в процессе управления:

- a) Характеризует роль человеческого фактора в управлении.
- b) Дает полную характеристику цели и задач управления.
- v) Позволяет определить проблему на основе оценки ситуации.
- г) Определяет ценность информации для управленческого решения
- +d) Является аналитической основой разработки управленческих решений.

11. Коммуникации влияют на качество решений следующим образом:

- a) Определяют ценность информации для качественного решения.
- b) Определяют лишь организационные возможности разработки решений.
- v) Характеризуют человеческий фактор управленческого решения (несколько ответов).
- +г) Отражают систему управления, решения - процесс управления.

+д) Отражают влияние на качество решений в связи системы и процесса управления.

12. Наиболее важными в формировании необходимого качества управленческого решения являются следующие факторы:

- а) Объем информации, личные качества менеджера.
- б) Методология разработки решения, временные ограничения.
- в) Методы анализа, реальность, объем информации.
- г) Организация разработки, ответственность персонала.
- +д) Целевая ориентация, методология, профессионализм.

13. Управленческое решение - это:

- +а) План действий, воплощаемый в реальность.
- б) Фактор взаимодействия управляемой и управляющей систем.
- в) Намерение менеджера изменить ситуацию
- г) Воздействие на управляемую систему.
- д) Действие по изменению поведения системы.

14. Для разработки управленческого решения цель является:

- а) Критерием эффективности.
- +б) Стратегической составляющей.
- в) Основанием для определения проблемы.
- г) Основой способов выполнения решения.
- д) Характеристикой человеческого фактора

15. Ролевая структура организационного поведения проявляется в

- а) безусловном лидерстве менеджера
- б) четкой организации работы.
- в) осознании человеком своего положения.
- г) квалификационной структуре группы.
- +д) распределении функций и степени ответственности.

16. Управление – это:

- а) искусство управления людьми для достижения престижа фирмы
- +б) процесс планирования, организации, мотивации и контроля
- в) деятельность по удовлетворению своих потребностей
- г) специфический вид деятельности в корыстных целях
- д) Последовательная цепь действий по руководству организацией.

17. Под процессом управления понимается:

- а) последовательность выполнения операций при разработке управленческого решения
- б) обработка информации для осуществления воздействия субъекта на объект управления
- +в) последовательность действий субъекта, необходимых для осуществления воздействий на объект управления
- г) интеграция всех видов управленческой деятельности в единую логически взаимосвязанную цепочку

18. Основателем концепции научного управления является _____

ОТВЕТ: Файоль

19. Функции управления проявляются (несколько ответов):

- а) В обособленных видах управленческой деятельности.
- +б) В конкретных видах управленческой деятельности.

- +в) В разделении и кооперации управленческого труда.
- +г) В приемах и способах воздействия на объект и субъект управления
- д) Вопределённых свойств объекта управления.

20. Планирование представляет собой(несколько ответов):

- +а) процесс определения целей и путей их достижения
- +б) разработку и реализацию средств воздействия: концепцию, прогноз, программу, план;
- в) вид управленческой деятельности по разработке механизмов регулирования в непредвиденных ситуациях
- г) определение необходимых ресурсов и их распределение по целям и задачам.
- д) сложную социально-экономическую модель будущего состояния организации

21. Организация управления это вид деятельности направленный на(несколько ответов):

- +а) разработку и утверждение схем и структур управления,
- +б) разработку должностных инструкций, положений, других нормативных документов
- в) определение действий, по удовлетворению потребностей членов коллектива
- г) организацию хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

22. Функция контроля заключается в(несколько ответов):

- а) коррекции всех отклонений от плана;
- +б) формировании стандартов управления;
- +в) проверке и оценке исполнения планов;
- +г) осуществлении корректирующих шагов;
- д) выявлении недостатков в деятельности персонала
- е) выявлении нарушений, наказании виновных.

23. Основной задачей координации является(несколько ответов):

- а) обеспечение бесперебойности процесса управления;
- б) установление взаимодействия между подсистемами;
- +в) достижение согласованности звеньев системы;
- +г) рационализация связей между звеньями системы;
- д) доведение планов до исполнителей.

24. Аппарат управления предприятия составляют категории работников:

- а) инженерно-технический состав и служащие;
- +б) линейных и функциональных руководителей;
- в) руководители, специалисты, обслуживающий персонал;
- г) директор, главные специалисты, управляющие.

25. Субъектами управления являются:

- а) рабочий инструментального цеха;
- +б) руководители, наделенные полномочиями принятия решения
- в) бухгалтер материального отдела;
- г) начальник отдела МТС;
- д) заведующий лабораторией;

26. Объектами управления являются:

- а) заведующий лабораторией;
- б) руководитель производственного подразделения;
- +в) весь состав структурных подразделений;
- г) заместители директора;
- д) функциональные руководители.

27. Конкретные функции управления - это:

- а) обособленные виды деятельности независимые от объекта управления;
- +б) виды управленческой деятельности, зависимые от объектов управления;
- в) программно-ориентированные системы типа творческих групп;
- г) ориентированные на расширение функции организации;
- д) системно-согласованные функции координации деятельности.

28. Организационная структура – это:

- а) вид отношений между участниками производственного процесса;
- б) соподчиненность связей между управляющей и управляемой подсистемами;
- +в) упорядоченная совокупность взаимосвязанных частей организации;
- г) информационные связи самостоятельных подразделений;
- д) коммуникационные связи самостоятельных подразделений.

29. Сущность линейной структуры управления состоит в том, что:

- а) одинаковые по специализации подразделения объединяются в цехи;
- б) организуются временные коллективы для выполнения программ;
- +в) у подчиненного есть только один руководитель;
- г) выделяются специальные звенья и отдельные исполнители;

30. Пример линейной соподчиненности.

- а) управляющий – главному экономисту;
- б) бригадир овощеводства – главному инженеру;
- +в) бригадир – управляющему;
- г) заведующий складом – главному бухгалтеру

31. Пример функциональной соподчиненности.

- +а) управляющий – главному агроному;
- б) бухгалтер конторы – главному бухгалтеру;
- в) бригадир – управляющему;
- г) управляющий – директору

32. К специальным структурам управления относится:

- а) штабная;
- б) линейно-функциональная;
- +в) матричная;
- г) функциональная;
- д) линейная.

33. Оптимальная норма управления для управляющих отделений.

- а) 1-3 нижестоящих руководителей;
- +б) 3-5 нижестоящих руководителей;
- в) 5-8 нижестоящих руководителей;
- г) свыше 15 подчиненных;
- д) не устанавливается.

34. Основные разделы должностных инструкций руководителей.

- а) обязанности, права, замещение должности, ответственность;
- б) общие положения, обязанности, распорядок работы;
- в) обязанности, права, должностные оклады, ответственность;
- +г) общие положения, обязанности, права, ответственность;

35. Методы, соответствующие использованию руководителем ответственности подчинённых
а) экономические;
+б) организационно-административные;
в) социально-психологические.
г) психологические;
д) директивные.

36. Методы, используемые для удовлетворения потребностей коллектива и личности
+а) экономические.
б) социально-психологические
в) организационно-административные
г) дисциплинарные;
д) психологические.

37. Методы, наряду с экономическими, целесообразные для повышения эффективности производства
а) дисциплинарные;
б) организационно-административные;
+в) социально-психологические;
г) система этих методов;
д) морально-психологические.

38. Методы необходимые в первую очередь для наведения дисциплины в коллективе
а) экономические;
+б) организационно-административные;
в) социально-психологические;
г) материальной мотивации;
д) дисциплинарные.

39. Процесс управления это деятельность по реализации функций планирования, организации, _____, контроля.
ОТВЕТ: мотивации

40. «Нормы управляемости» соответствуют виду организационного воздействия _____
ОТВЕТ: нормирование

41. «Инструкция по технике безопасности» относится к виду организационного воздействия _____
ОТВЕТ: инструктирование

42. «Должностная инструкция специалиста» относится к виду организационного воздействия называемому _____
ОТВЕТ: регламентирование

43. Делегирование полномочий – это:
а) переложение своей ответственности на сотрудников;
+б) передача полномочий лицу, принимающему ответственность за их выполнение;
в) передача обязанностей на нижестоящих руководителей;
г) распространение среди сотрудников своих полномочий;
д). уменьшение ответственности за принимаемые решения.

44. Психологическая структура личности характеризуется

- а) темпераментом, возрастом, уровнем образования.
- +б) моральными качествами, темпераментом, особенностями психики;
- в) моральными качествами, возрастом, темпераментом;
- г) способностью к предпринимательству;
- д) способностью к сопереживанию.

45. Тип темперамента, к которому относится неуравновешенный человек, в котором доминирует возбуждение _____

ОТВЕТ: холерик

46. Тип темперамента, к которому относится уравновешенный человек, в котором доминирует торможение _____

ОТВЕТ: флегматик

47. Тип темперамента, к которому относится уравновешенный человек, в котором доминирует возбуждение _____

ОТВЕТ: сангвиник

48. Тип темперамента, к которому относится человек, склонный к сильным переживаниям даже по незначительному поводу _____

ОТВЕТ: меланхолик

49. Распорядительные полномочия – это:

- а) формирование системы контроля для предотвращения ошибок;
- +б) право принимать обязательные для исполнения подчиненным решения;
- в) предоставление возможности как предложить, так и запретить какие-то действия
- г) предоставление возможности руководить в области своей компетенции;
- д) отношения, регулируемые линейными полномочиями.

50. Функциональные полномочия – это:

- а) формирование системы контроля, необходимого для уравновешивания;
- б) право принимать обязательные для исполнения подчиненным решения;
- +в) возможность как предложить, так и запретить действия в рамках своей компетенции;
- г) децентрализация посредством усиления позиций других сотрудников;
- д) отношения, не регулируемые линейными полномочиями.

51. Стратегическое управление заключается в:

- а) в нейтрализации последствий событий за пределами фирмы
- б) действиях руководства, ведущих к адаптации во внешней среде;
- +в) управлении процессом реализации стратегии фирмы;
- г) оценке индивидуального вклада и достижений сотрудников;
- д) действиях руководства по совершенствованию организационной структуры.

52. Управленческий труд четко делится на:

- а) труд линейного руководителя и труд специалиста;
- б) труд специалиста менеджера и технического исполнителя;
- в) труд линейного руководителя и технического исполнителя;
- +г) труд линейного руководителя, труд специалиста и технического исполнителя;
- д) труд линейного руководителя, труд специалиста и функционального руководителя

53. Наиболее точное определение понятия «научная организация управленческого труда» это:

- а) организация рабочих мест и обеспечение нормальных условий труда
- б) процесс, имеющий инженерно-технические, экономические, социальные и аспекты
- +в) процесс ее систематического совершенствования на основе использования науки и передового опыта;
- г) совершенствование технологии и техники личной работы менеджеров;
- д) совершенствование труда линейного руководителя и технического исполнителя.

54. Отбор кадров – это:

- а) описание функций и список требуемых качеств, предъявляемых к претендентам;
- +б) изучение качеств претендентов для установления соответствия служебным обязанностям;
- в) определение основных функциональных требований к данной работе;
- г) процедура проведения собеседования перед приемом на работу в организацию;
- д) процедура вступительных испытаний претендентов на вакантные места.

55. Управленческое решение – это:

- а) четкая ориентация на достижение отдельной цели или системы целей организации.
- б) концентрированное выражение процесса управления на его заключительной стадии.
- +в) обдуманный вывод о необходимости осуществить действия для достижения целей организации;
- г) четкие и обоснованные формулировки задач стоящих перед организацией.

56. Информация – это:

- а) степень неопределённости ситуации.
- б) взаимосвязь управляющей и управляемой систем.
- в) функционирование прямой и обратной связи.
- +г) совокупность сведений о состоянии управляемой системы.
- д) форма отражения проблем по разрабатываемым решениям.

57. Наиболее важными в формировании необходимого качества управленческого решения являются следующие факторы:

- а) объём информации, профессионализм персонала, личные качества менеджера;
- б) методология разработки решений, использование техники, временные ограничения;
- в) методы анализа, реальность цели, объём информации;
- г) организация разработки, ответственность персонала, моделирование ситуации;
- +д) целевая ориентация, методология, профессионализм.

58. Роль цели в разработке управленческого решения заключается в том, что она:

- +а) является критерием эффективности управленческого решения.
- б) цель – стратегическая составляющая управленческого решения.
- в) цель является основанием для поиска и определения проблемы.
- г) цель определяет способы и методы выполнения решения.
- д) цель связана с человеческим фактором при разработке решения.

59. Менеджмент как наука сформировался в конце _____ века

ОТВЕТ: 19

ОТВЕТ: XIX

60. Неформальный коллектив – это:

- а) коллектив, между членами которого существуют непосредственные личные связи;
- +б) коллектив, в котором между людьми помимо служебных, складываются личные связи
- в) группа лиц, психологически признающих друг друга, придерживающихся общих норм поведения;

- г) социальный объект для достижения целей собственника руководителя;
- д) группа лиц совместно осуществляющих производственную деятельность.

61. Формальный коллектив – это;

- а) коллектив, где между людьми существуют непосредственные личные связи;
- б) коллектив, где между людьми помимо служебных, складываются личные связи
- +в) группа лиц, придерживающихся общих норм поведения, объединенных совместной целью.
- г) социальный объект для достижения целей собственника руководителя.
- д) группа лиц совместно осуществляющих производственную деятельность.

62. Наиболее корректным определением цели управления является:

- +а) результат, на достижение которого направлено управление;
- б) видение будущего, которое желательно достичь;
- в) объективная тенденция развития организации;
- г) желательное, необходимое и возможное состояние управляемой системы.
- д) финансово-экономическое положение организации, определяющее её стабильность.

63. Проблема в процессе управления – это:

- а) совокупность информации о состоянии управляемой системы;
- б) комплекс задач, решаемых в процессе управления;
- +в) конфликтная ситуация в процессах функционирования организации;
- г) определение необходимых действий антикризисного характера;
- д) противоречивая ситуация создаваемая факторами внешнего характера.

64. Стиль руководства, формирующий благоприятный морально-психологический климат называется _____

ОТВЕТ: демократическим

ОТВЕТ: демократический

65. Стиль руководства не допускающий возражений и критики со стороны подчиненных называется _____

ОТВЕТ: авторитарным

ОТВЕТ: авторитарный

66. Научное управление, определившее ускорение технического прогресса разработал и предложил _____

ОТВЕТ: Тейлор

67. Стиль руководства, требующий детальных согласований принимаемых решений по иерархии называется _____

ОТВЕТ: бюрократическим

ОТВЕТ: бюрократический

68. Стиль руководства, допускающий нечеткую регламентацию обязанностей и низкий уровень контроля со стороны руководителя называется _____

ОТВЕТ: либеральным.

ОТВЕТ: либеральный.

69. В первую очередь в улучшении организации труда нуждаются отрасли промышленности:

- а) ориентированные на массовое производство продукции;
- +б) использующие низкооплачиваемых рабочих;

- в) имеющие прогрессивно мыслящих управляющих;
- г) требующие снижения издержек;
- д) внедряющие новые производительные машины и технику.

70. Роль специализации труда рабочих в изменении функций менеджеров проявляется в том что:

- а) появился дополнительный внеплановый объем работы;
- б) возникли новые сложности в управлении организацией;
- в) существенно изменилась структура управления организацией;
- г) потребовались новые более совершенные способы организации труда;
- +д) появилась потребность в разработке новых подходов к организации труда рабочих.

71. Г.Таунпредложил за интенсивный труд гарантировать участие рабочих в _____

ОТВЕТ: прибылях

ОТВЕТ: прибыли

72. Система заработной платы, предложенная Ф. Тэйлором, отличалась от других тем что:

- +а) создавала условия для введения новых форм расчета заработной платы;
- б) рабочие заранее могли знать и сами рассчитать свою заработную плату;
- в) талантливые рабочие могли получать большую заработную плату, чем другие;
- г) представляла самый простой путь для извлечения прибыли.

73. С помощью специализации производства решаются проблемы технологической деятельности по обеспечению оптимальной сочетаемости человека и _____

ОТВЕТ: машины

74. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров
- б) снижение издержек производства
- в) установление цен на товары
- г) + удовлетворения потребностей потребителей

75. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- а) товарная ориентация
- б) производственная ориентация
- в) сбытовая ориентация
- г) + ориентация на потребителя, общество в целом

76. Объектами маркетинга являются:

- а) товары
- б) услуги
- в) фирмы
- г) + все вышеперечисленные ответы

77. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- а) маркетинговые исследования;
- б) + инвентарный контроль
- в) товарная политика
- г) создание рекламного обращения

78. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

- а) + товар, цена, продвижение товара, распространение

- б) товар, стимулирование сбыта, реклама
- в) сбыт товара, ценообразование, продвижение
- г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков

79. С точки зрения маркетинга товар — это:

- а) результат исследований, разработок и производства
- б) продукт труда предназначен для продажи
- в) + все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей
- г) все товары на предприятиях

80. Позиционирование товара — это:

- а) сегментирование рынка
- б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара
- в) + поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями
- г) выбор целевого рынка

81. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок
- б) + рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта
- в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду
- г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы

82. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории

- а) привлечь внимание
- б) удержать интерес
- в) побуждать к действию, то есть покупки
- г) + все ответы правильные

83. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

- а) + поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей
- б) мотивацию покупателей
- в) продажа товаров по цене ниже себестоимости
- г) увеличение реальных доходов граждан

84. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

- а) концепции социальноэтичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) + концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

85. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для

- а) концепции социальноэтичного маркетинга
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства;
- г) + концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

86. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характера для:

- а) концепции социальноэтичного маркетинга;
- б) + концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

87. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

- а) + концепции социальноэтичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

88. Реклама — это элемент:

- а) + политики продвижения товара;
- б) товарной политики;
- в) сбытовой политики;
- г) ценовой политики

89. Комплекс маркетинга включает в себя:

- а) управления предприятием;
- б) + совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
- в) выбор условий реализации;
- г) ваш вариант ответа

90. Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы;
- б) + совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) оптового посредника.

91. К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

- а) рекламы;
- б) персональной продажи;
- в) + пропаганды;
- г) стимулирование сбыта;

92. Спрос на товары эластичный если:

- а) + при изменении цены спрос существенно изменяется;
- б) при изменении цены спрос остается неизменным;
- в) цена и спрос не зависят друг от друга;
- г) спрос постоянно растет.

93. Каналы распределения выполняют следующие функции:

- а) закупка и продажа товаров;
- б) транспортировки и хранения продукции;
- в) создание торгового ассортимента;
- г) + все ответы правильные.

94. Разработка рекламной стратегии включает:

- д) + создание рекламного обращения;
- е) определение эффективности рекламы;
- ж) создание концепции товара;
- з) определение целевой аудитории;

95. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:

- д) усиление законодательных норм;
- е) увеличение возраста потребителей;
- ж) снижение количества населения;
- з) + несовершенство программы маркетинга;

96. Различают следующие уровни товара:

- д) новый и модифицированный
- е) + товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;
- ж) товар с упаковкой; товар без упаковки;
- з) второй сорт, первый сорт, высший сорт

97. Отбор целевых рынков — это:

- д) удовлетворения всех без исключения потребителей;
- е) + поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется.
- ж) определение места продажи своего товара;
- з) определение вида продвижения товара.

98. Потребительский рынок формируется:

- д) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;
- е) + Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;
- ж) лицами, которые приобретают товары для продажи;
- з) предприятиями изготовителями готовой продукции;

99. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы

- е) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);
- ж) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);
- з) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);
- и) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения)
- к) + все ответы верны

100. Рынок товаров производственного назначения это:

- д) + все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли;
- е) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров;
- ж) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли;

- з) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли;

6.2 Контрольные задания

6.3.1. Задачи

Задача 1

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя. Ситуация «Да, но».

На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.

Ответ:

Б находится в роли преследователя. Нужно перейти в роль спасителя и понять, что А не готов принять советы, воспринимая их через призму собственных предрассудков и комплексов и отвергая без анализа, Б должен предложить решение в следующей форме: «Я вижу, вы столкнулись с трудностями и сомневаетесь в эффективности наших предложений. Я предлагаю составить список предложений без обсуждений. Вы потом сами их изучите и сможете воспользоваться».

Задача 2

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого. Ситуация «Да, но».

На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.

Ответ:

А находится в нервно-подавленном состоянии, ощущает свою беспомощность и не видит выхода из положения («ученик Я»). С целью перехода в состояние «специалист Я» следует записать все предложения коллег без исключения и обдумать после совещания в спокойной обстановке. Кроме того, надо обязательно проанализировать свое состояние «ученик Я» на совещании, чтобы научиться сначала, контролировать его, а затем избегать.

Задача 3

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя. Ситуация «Позор»

Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, не смотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного

в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).

Ответ:

Если руководитель поймет, что обращает больше внимания на ошибки, чем на достижения подчиненных, то следует проанализировать достоинства и негативные качества как работы сотрудника, так и его самого как личности. Так активизируется состояние «специалист Я» вместо критического патерналистского «Я», и нормальные коммуникации будут восстановлены.

Задача 4

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого.
Ситуация «Позор»

Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 процентов сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).

Ответ:

Сотруднику необходимо сознательно активизировать свое состояние «специалист Я» и стимулировать такое же состояние у руководителя четким разграничением достоинств и ошибок в работе и подчеркиванием достоинств, Сотрудник укрепитесь в состоянии «специалист Я», и конфликт будет улажен.

Задача 5

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.
Ситуация «Сам увидишь, что из всего этого получится»

Руководитель А дает задание Б приобрести оборудование определенной марки. Б пытается объяснить ему, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой причине. Но А, за которым последнее слово, подбирает внешне весомые аргументы в пользу своего решения и убеждает Б в его правильности. Б соглашается: «Ну хорошо, если вы так думаете, то я приобрету это оборудование», - одновременно тоном речи и набором слов и интонацией в фразе давая понять А на скрытом уровне, что он не согласен с решением и не будет нести никакой ответственности за его последствия. Через некоторое время мнение Б подтверждается, и оборудование демонтируется. Когда А вызывает к себе Б, чтобы проанализировать причину неудачи, тот отвечает: «Вы же сами хотели приобрести именно это - А я с самого начала предупредил вас, что оборудование никуда не годится». Таким образом, скрытая коммуникация становится явной и порождает смену ролей и напряженность в общении.

Ответ:

Если при разговоре с подчиненными вы слышите какие-либо аргументы против вашего решения, то постарайтесь конструктивно с ними разобраться. Помните о том, что многие сотрудники робеют перед начальством, а мнение специалистов должно быть решающим в вопросах, относящихся больше к их компетенции, нежели к компетенции руководителя. Особенно внимательно относитесь к контраргументам и радуйтесь тому, что сотрудник ответственно относится к делу и предупреждает о возможных трудностях. Он может подметить важные моменты и предложить нужные решения.

Задача 6

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого.
Ситуация «Сам увидишь, что из всего этого получится»

Руководитель А дает задание Б приобрести оборудование определенной марки. Б пытается объяснить ему, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой причине. Но А, за которым последнее слово, подбирает внешне весомые аргументы в пользу своего решения и убеждает Б в его правильности. Б соглашается: «Ну хорошо, если вы так думаете, то я приобрету это оборудование», - одновременно тоном речи и набором слов и интонацией в фразе давая понять А на скрытом уровне, что он не согласен с решением и не будет нести никакой ответственности за его последствия. Через некоторое время мнение Б подтверждается, и оборудование демонтируется. Когда А вызывает к себе Б, чтобы проанализировать причину неудачи, тот отвечает: «Вы же сами хотели приобрести именно это - А я с самого начала предупреждал вас, что оборудование никуда не годится». Таким образом, скрытая коммуникация становится явной и порождает смену ролей и напряженность в общении.

Ответ:

Если вам не удалось убедить шефа никаким способом, то не старайтесь отомстить ему за невнимание к вашему мнению, соглашаясь с видимой покорностью с неправильным решением. Скажите шефу, что вам надо обдумать это задание, и запишите все аргументы «за» и «против», а также возможные решения по преодолению недостатков принятого решения. Покажите ваши записи руководителю в удобное для вас обоим время. Он будет их читать из состояния «специалист Я», а не из бунтарского «ученик Я», как при первом разговоре. В результате дискуссии будет выработано оптимальное решение и сохранятся добрые отношения руководителя и сотрудника.

Задача 7

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.
Ситуация «Я глуп»

Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознывая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.

Ответ:

Сотрудница находится в состоянии приспособления («ученик Я»), Чтобы перевести ее в состояние «специалист Я», следует постоянно спрашивать ее, как она делала свою работу раньше, и ждать конкретного ответа. Для поддержания состояния «специалист Я» применяются следующие вопросы: какие у вас представления об этом? как это можно сделать, по вашему мнению? какой информации вам недостает, чтобы принять самостоятельное решение? какой опыт решения подобных вопросов у вас есть? и др.

Задача 8

Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли подчинённого.
Ситуация «Я глуп»

Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознывая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.

Ответ:

Если вы видите неадекватную реакцию коллег или начальства на ваши вопросы, то это означает, что вы могли бы решить их сами. Проблема заключается в том, что вы не можете классифицировать недостающую информацию на важную и второстепенную из-за недостаточности опыта. Вопросы о важной информации вам следует задавать, а касающиеся второстепенной — решать самостоятельно. С приобретением опыта к вам придет уверенность в действиях и вы будете решать все вопросы сами, не нуждаясь в постоянном подтверждении правильности решений со стороны коллег и руководителя. Записывайте все вопросы и варианты их решения, и вы увидите, какие из них являются простыми, а какие требуют коллективного решения.

Задача 9. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб.

Определить:

- оптовую стоимость товара;
- новую цену продажи остатка товара;
- объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.);
- прибыль от реализации всей партии товара.

Решение.

- Определение оптовой стоимости товара
 $500 \text{ пар} \times 1500 \text{ руб.} = 750\,000 \text{ руб.}$
- Определение объема реализации товара по 2000 руб. за пару:
 $300 \times 2000 = 600\,000 \text{ руб.}$
- Определение новой цены продажи остатка товара:
 $200 \text{ пар} \times 0,8 = 160 \text{ руб. за пару}$
- Определение объема реализации остатка товара по сниженной цене:
 $200 \text{ пар} \times 160 \text{ руб.} = 32\,000 \text{ руб.}$
- Определение объема от реализации всей партии товара:
 $600\,000 + 32\,000 = 92\,000 \text{ руб.}$
- Определении прибыли от реализации всей партии товара:
 $92\,000 - 75\,000 - 2\,000 = 15\,000 \text{ руб.}$

Задача 10. Необходимо определить будущую стоимость вклада и сумму процента за весь период инвестирования при следующих условиях:

- первоначальная стоимость вклада составляет $P = 10000 \text{ руб.}$;
- процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, установлена в размере $a = 10\%$ в квартал;
- общий период инвестирования составляет $T = 1 \text{ год}, n = 4$.

При расчете будущей суммы вклада в процессе его наращивания по сложным процентам используйте формулу:

$$Sc = P * (1 + a)^n$$

Решение:

$$Sc = 1000 * (1 + 0,1)^4 = 1464,1 \text{ руб.}$$

P – первоначальная стоимость вклада;

$$P = 1000 \text{ руб.}$$

$a = 10$ - процентная ставка, используемая при расчете суммы сложного процента, в долях;

$n = 4$ количество периодов инвестирования.

Задача 11. Вы положили в банк $PV = 100$ долларов США под 3% в месяц.

Определить, какую прибыль Вы будете иметь к концу года.

Решение:

$$FV = PV + (i+i)n$$

PV – первоначальная сумма вклада;

FV – будущая стоимость;

n = 12 – количество периодов, которые анализируются;

$$FV = 1000 * (1+0,03)^{12} = 1343,9 \$$$

Задача 12. В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 12,5 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 12,2 руб./шт.

Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.

Решение:

1. Определить стоимость продукции по плановой цене

$$12,5 \times 2600 = 32500 \text{руб.}$$

2. Определить фактическую стоимость продукции

$$12,2 \times 2750 = 33550 \text{руб.}$$

3. Определить, на сколько перевыполнен план продаж

$$33550 - 32500 = 1050 \text{руб.}$$

4. Определяем потери выручки в связи с уменьшением цены

$$(12,2 - 12,5) \times 2750 = - 825 \text{руб.}$$

Ответ:

· объем реализации продукции составляет 33550 руб.;

· выручка, связанная с дополнительной продажей продукции по сниженной цене, составляет 1050 руб.

Задача 13. Торговое предприятие проводит выставку. Фактический товарооборот за месяц до выставки составил 480 тыс. руб., через месяц после выставки – 560 тыс. руб. На проведение мероприятий, связанных с выставкой, было израсходовано 2700 руб. Торговая надбавка равна 18,5%. Торговое предприятие имеет один выходной день в неделю.

Определить эффективность выставки продаж.

Решение:

Определяем объем продаж в день до выставки

$$480 : 26 \text{ дней} = 18,5 \text{ тыс. руб.}$$

Определяем объем продаж в день после выставки

$$560 : 26 = 21,5 \text{ тыс. руб.}$$

Определяем увеличение объема продаж в день, связанного с проведением выставки

$$21,5 - 18,5 = 3 \text{ тыс. руб.}$$

Определяем увеличение объема продаж за месяц

$$3 \times 26 \text{ дней} = 78 \text{ тыс. руб.}$$

Определяем торговую надбавку (в руб.) и эффективность выставки продаж

$$\frac{78 * 18,5}{100} = 14,43$$

$$14,43 - 2,7 = 11,73 \text{ тыс. руб.}$$

Ответ: эффективность выставки продаж составляет 11,73 тыс. руб.

Задача 14. Рабочий-сдельщик 5 разряда выработал за месяц 110 тонн продукции. Дневная норма выработки – 4 т. Дневная тарифная ставка – 8,96 руб. Премия составляет 50% сдельного заработка.

Определить месячный заработок сдельщика.

Решение:

Определяем сдельную расценку за 1т выработанной продукции:

$$8,96 / 4 = 2,24 \text{ руб./т}$$

Определяем сдельный заработок

$$2,24 * 110\text{т.} = 246,4 \text{ руб.}$$

Определяем общий заработок:

$$246,4 + (246,4 * 0,5) = 369,6 \text{ руб.}$$

Ответ: месячный заработок сдельщика составляет 369,6 руб.

Задача 15. Предприятие «Азимут» - 10.04.17 ввезло в Россию импортный подакцизный товар из Эстонии, таможенная стоимость которого составляет 8000 \$ США.

Пошлина, оплаченная при ввозе товара, составляет 2%, таможенный сбор – 0,2%, акцизный сбор – 30%.

Установить общую сумму платежей, если курс ЦБ на эту дату составляет 55 руб. за один доллар США.

Решение:

1. Определяем таможенную стоимость

$$8000 * 55 = 440 \text{ тыс. руб.}$$

2. Определяем таможенный сбор

$$440000 * 0,2\% / 100 = 880 \text{ руб.}$$

3. Определяем государственную пошлину

$$440000 * 2\% / 100 = 8800 \text{ руб.}$$

4. Определяем акцизный сбор

$$440000 * 30/100 = 132000 \text{ руб.}$$

5. Определяем общую сумму платежей

$$880 \text{ руб.} + 8800 \text{ руб.} + 132000 \text{ руб.} = 141680$$

Ответ: общая сумма платежей составляет 25784 руб.