



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)**

Институт экономики
Кафедра Организация сельскохозяйственного производства

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-
воспитательной работе и
молодежной политике, доцент
А.В. Дмитриев
«19» мая 2022 г.



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В АПК**

(Оценочные средства и методические материалы)
приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки
35.03.04 Агрономия

Направленность (профиль) подготовки
Агробизнес

Форма обучения
Очная, заочная

Казань – 2022

Составитель: доцент, канд.с.-х. наук, доцент  Гайнутдинов Ильгизар Гильмутдинович

Оценочные средства обсуждены и одобрены на заседании кафедры организации сельскохозяйственного производства 29 апреля 2022 года (протокол № 9)

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор  Мухаметгалиев Фарит Нургалиевич

Рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии Института экономики «6» мая 2022 г. (протокол № 15)

Председатель метод. комиссии, к.э.н., доцент  Авхадиев Фаяз Нурисламович

Согласовано:

/ Директор Института экономики,
к.э.н., доцент

 Низамутдинов Марат Мингалиевич

Протокол ученого совета Института экономики № 8 от «6» мая 2022 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОПОП бакалавриата по направлению обучения 35.03.04 "Агрономия", профиль «Агробизнес» обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Бизнес-планирование в АПК»:

Код индикатора достижения компетенции	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПКС-2. Способен разрабатывать системы мероприятий и технологий по повышению эффективности производства продукции растениеводства		
ПК-2.1	Планирует и организует системы мероприятий по повышению экономической эффективности продукции растениеводства и торговли	Знать: основы бизнес-планирования в АПК, экономически обосновать различные технологии производства продукции растениеводства, повышающих экономическую эффективность Уметь: на основе бизнес-планирования производства продукции растениеводства, принимать управленческие решения по реализации технологии возделывания сельскохозяйственных культур в различных экономических и погодных условиях Владеть: навыками бизнес-планирования производства продукции растениеводства, и принятия управленческих решений по реализации технологии возделывания сельскохозяйственных культур в различных экономических и погодных условиях
ПК-2.5	Составляет различные варианты севооборотов, осуществляет агрономическое и экономическое обоснование различных схем севооборотов, выбирает наиболее эффективные из них для размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	Знать: методику разработки различных вариантов севооборотов, способов агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия. Уметь: разрабатывать различные варианты севооборотов, дать агрономическое и экономическое обоснование различных схем севооборотов, выбирать наиболее эффективные варианты их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия. Владеть: навыками разработки различных вариантов севооборотов, агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 2.1 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты	Оценки сформированности компетенций			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-2.1 Планирует и организует системы мероприятий по повышению экономической эффективности продукции растениеводства и торговли	Знать: принципы планирования бизнеса в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Не знает: принципы планирования бизнеса в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Неполные представления о принципах планирования бизнеса в подразделении сельскохозяйственного предприятия АПК	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о принципах планирования бизнеса в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Сформированные и систематические представления о принципах планирования бизнеса в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК
	Уметь: планировать и организовывать работу в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Не умеет планировать и организовывать работу в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	В целом успешно, но не систематически умеет планировать и организовывать работу в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	В целом успешно умеет, но содержит отдельные пробелы в планировании и организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Сформированные умения планирования и организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК
	Владеть: навыками организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Не владеет навыками организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	В целом успешно, но не полностью владеет навыками организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы во владении навыками организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК	Успешно и систематически применяет навыки организации работы в подразделениях сельскохозяйственного предприятия АПК
ПК-2.5 Составляет различные варианты севооборотов, осуществляет агрономическое и экономическое обоснование	Знать: методику разработки различных вариантов севооборотов, способов агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов,	Не знает методов разработки различных вариантов севооборотов, способов агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных	Неполные представления о методах разработки различных вариантов севооборотов, способах агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора	Сформированы основные знания о методах разработки различных вариантов севооборотов, способах агрономического и экономического обоснования	Полностью сформированы знания о методах разработки различных вариантов севооборотов, способах агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее

Код и наименование индикатора компетенции	Оценки сформированности компетенций			
	Планируемые результаты	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо
различных схем севооборотов, выбирает наиболее эффективные из них для размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.
	Уметь: разрабатывать различные варианты севооборотов, давать агрономическое и экономическое обоснование различных схем севооборотов, выбирать наиболее эффективные варианты их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	Не умеет разрабатывать различные варианты севооборотов, давать агрономическое и экономическое обоснование различных схем севооборотов, выбирать наиболее эффективные варианты их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	В целом успешно, но не систематически умеет разрабатывать различные варианты севооборотов, давать агрономическое и экономическое обоснование различных схем севооборотов, выбирать наиболее эффективные варианты их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	В целом успешно умеет, но имеются отдельные пробелы по разработке различных вариантов севооборотов, по агрономическому и экономическому обоснованию различных схем севооборотов, в выборе наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.
	Владеть: навыками разработки различных вариантов севооборотов, агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	Не владеет навыками разработки различных вариантов севооборотов, агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	В целом успешно, но не полные навыки навыками разработки различных вариантов севооборотов, агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.	Успешное и систематическое владение навыками разработки различных вариантов севооборотов, агрономического и экономического обоснования различных схем севооборотов, выбора наиболее эффективных вариантов их размещения на землепользовании сельскохозяйственного предприятия.

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 3.1 – Типовые контрольные задания, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

Индикатор достижения компетенции	№№ заданий (вопросов, билетов, тестов и пр.) для оценки результатов обучения по соотнесенному индикатору достижения компетенции
ПК-2.1 Планирует и организует системы мероприятий по повышению экономической эффективности продукции растениеводства и торговли	<i>Темы контрольных (реферативных) работ №№1-10</i> <i>Вопросы по темам №№1,2,3 1-го раздела лекционных и практических занятий и №№2.1, 2.5-2.6 2-го раздела лекционных и №№2.7, 2.10-2.11 2-го раздела практических занятий; №№1-2 3 –го раздела лекционных и практических занятий</i> <i>Тестовые вопросы №№ 1-39, 51-100, 101-200</i>
ПК-2.5 Разрабатывает системы севооборотов, организует их по территории землепользования сельскохозяйственного предприятия, проводит нарезку полей	<i>Темы контрольных (реферативных) работ №№11-22</i> <i>Вопросы по темам №№5-7 2-го раздела лекции и 2.8-2.9 2-го раздела практических занятий</i> <i>Тестовые вопросы №№40-50</i>

3.2 Задания и тематика контрольных (реферативных) работ

Задания по дисциплине «Бизнес-планирование в АПК»

1 задание. Необходимо написать контрольную (реферативную) работу по следующим темам. Темы не должны повторяться. План и список литературы сами формируете. В плане должно быть отражено: введение с указанием актуальности, основной раздел из 2-3 подразделов, выводы или заключение, список использованной литературы (на которые в тексте должны быть ссылки). Список литературы должен включать не менее 15 наименования. К контрольной работе прилагаются ксерокопии статей, использованные при написании работы. Использовать журналы: «Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий», «Экономика сельского хозяйства», «АПК: экономика, управление» и ряд других за последние 5 лет.

2 задание. Разработать тестовые вопросы с ответами (не менее 4 вариантов ответа с выделением правильного варианта) по своей тематике контрольной работы.

Контрольные работы должны быть оформлены в бумажном варианте и сданы на проверку преподавателю. А в электронной форме, включая тестовые вопросы с ответами, направить на электронную почту преподавателя для проверки на оригинальность

Тематика контрольных (реферативных) работ:

1. Бизнес-план по организации и реализации продукции растениеводства фермерского (крестьянского) хозяйства.
2. Бизнес-план по организации и реализации новой продукции на существующем предприятии АПК.
3. Бизнес-план по внедрению новой технологии возделывания зерновых (зернобобовых и т.д.) культур на предприятии.
4. Бизнес-план по внедрению новой технологии заготовки кормов (сена, сенажа, силоса и т.д.) на предприятии.
5. Бизнес-план по внедрению новой технологии возделывания картофеля на предприятии.
6. Бизнес-план по внедрению новой технологии возделывания сахарной свеклы.
7. Бизнес-план по созданию предприятия, производящего и реализующего семена зерновых (зернобобовых и т.д.) культур.
8. Бизнес-план по внедрению нового сорта картофеля на предприятии.
9. Бизнес-план по внедрению нового сорта зерновых (зернобобовых и т.д.) культур на предприятии.
10. Бизнес-планирование организации производства продукции (картофеля, зерна и т. д.)
11. Бизнес-план инвестиционного проекта производства зерна яровой пшеницы и организация севооборотов.
12. Бизнес-план инвестиционного проекта производства озимой пшеницы и организация севооборотов.
13. Бизнес-план инвестиционного проекта производства зерна яровой ржи и организация севооборотов.
14. Бизнес-план инвестиционного проекта производства озимой ржи и организация севооборотов.
15. Бизнес-план инвестиционного проекта производства ячменя и организация севооборотов.
16. Бизнес-план инвестиционного проекта производства гороха и организация севооборотов.
17. Бизнес-план инвестиционного проекта производства гречихи и организация севооборотов.
18. Бизнес-план инвестиционного проекта производства сахарной свеклы и организация севооборотов.
19. Бизнес-план организации переработки подсолнечника и организация севооборотов.
20. Бизнес-план инвестиционного проекта производства овощей и организация севооборотов.
21. Бизнес-план инвестиционного проекта производства рапса и организация севооборотов.
22. Бизнес-план инвестиционного проекта производства картофеля и организация севооборотов.

Тесты по дисциплине «БИЗНЕС-ПАНИРОВАНИЕ В АПК»

1. Под бизнес-планом понимаются (2 ответа):
 - А) документ, описывающий основные аспекты будущего коммерческого мероприятия, анализирующий проблемы, с которыми можно столкнуться в будущем, и определяющий способы решения этих проблем;
 - Б) комплекс документов, содержащих данные об изменении состава имущества и обязательств предприятия, а также определяющий доходы и расходы предприятия от этих

изменений;

В) документ, описывающий основные аспекты будущего коммерческого мероприятия, а также возможных доходов и расходов от реализации данного коммерческого мероприятия.

2. Первый этап разработки бизнес-плана заключается:

- А) в сборе информации и разработке бизнес-плана;
- Б) в определении целей разработки бизнес-плана;
- В) в редактировании и оформлении бизнес-плана;
- Г) в составлении плана работ по подготовке бизнес-плана.

3. Что включает процедура изучения бизнес-плана потенциальными инвесторами (уберите один лишний вариант ответа):

- А) изучается характеристика предприятия-заявителя;
- Б) оцениваются условия инвестиционного соглашения;
- В) изучается организация труда на предприятии;
- Г) выявляются особенности проекта.

4. Бизнес-планирование обеспечивает для компании получение целого ряда полезных результатов, исключая:

- А) способствует конкретности и целеустремленности менеджеров в принятии решений;
- Б) помогает менеджерам определять направления продвижение в развитии бизнеса;
- В) гарантирует бизнесу успех и получение прибылей.

5. Характерные общие признаки систем планирования (уберите один лишний вариант ответа):

- А) относятся к будущему;
- Б) направлены на достижение целей;
- В) представляют собой неупорядоченный процесс;
- Г) связаны с обработкой информации.

6. Установите соответствие между объектом и предметом планирования и их характеристиками:

- А) *Объект планирования.*
- Б) *Предмет планирования.*

А) деятельность и отношения, охватывающие отдельные элементы системы планирования и ее взаимодействие с внешней средой;

Б) *различные социально-экономические системы (организации, корпорации, предприятия и их структурные звенья).*

7. План, ориентированный на длительную перспективу и включающий в себя соответствующие этому периоду стратегические планы и цели, охватывающий период от 3 лет и более - это план:

- А) долгосрочный;
- Б) среднесрочный;
- В) краткосрочный.

8. Структура бизнес-плана зависит от:

- А) видов и качества производимой продукции;
- Б) размера инвестиций;
- В) численности работников предприятия;
- Г) его целевого назначения;

9. Жесткое планирование подходит в следующих ситуациях:
А) риска;
Б) неопределенности;
В) полноты информации.
10. Гибкое планирование подходит в следующих ситуациях:
А) риска;
Б) определенности;
В) полноты информации.
11. К числу общих принципов планирования можно отнести (2 ответа):
А) долгосрочность;
Б) целостность, полнота;
В) эффективность, актуальность, гибкость;
Г) неопределенность.
12. Под проектом понимается:
А) новые знания;
Б) подробные сведения;
В) комплекс документов или действий.
13. Презентация бизнес-плана инвестору не должна отражать следующий момент:
А) предприятие и его продукция или услуги;
Б) команда, которая будет осуществлять этот план;
В) организация и оплата труда работников предприятия;
Г) условия и сроки реализации инвестиций.
14. Установите соответствие между понятиями и их определениями:
А) *Бизнес-ангел.*
Б) *Бизнес-план.*
С) *Бизнес-идея.*
А) *концепция бизнеса, связанная с пониманием ценности, предлагаемой потребителю;*
Б) *богатый человек, обеспечивающий рискованный капитал для начинающей компании;*
В) *письменный документ, представляющий собой сводный план развития деятельности.*
15. Подробные исходные сведения о конкретных производственных операциях, процессах или сделках - это:
А) данные;
Б) показатели;
В) информация.
16. Установите соответствие между методами сбора первичных данных и их характеристиками:
А) *Опрос.*
Б) *Наблюдение.*
С) *Эксперимент.*
А) *предложение продукта (услуги) в ограниченном количестве для оценки потенциального объема продаж;*
Б) *выяснение отношения покупателей к товару, магазину, их запросов и т.д.;*
А) *аналитический метод изучения и фиксирования поведения потребителей.*

17. Внутренняя среда предприятия не включает следующий элемент:
А) производство;
Б) организационную структуру;
В) поставщиков;
Г) управление персоналом.
18. Рабочая среда предприятия - это:
А) среда непосредственных контактов с предприятием;
Б) среда косвенных контактов предприятия;
В) сочетание А) и Б).
19. Совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на всю ее деятельность, называется:
А) окружающей средой маркетинга;
Б) микросредой фирмы;
В) маркетинговой средой фирмы;
Г) макроструктурой маркетинга.
20. Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее рыночным возможностям, относятся к:
А) макросреде фирмы;
Б) потребительской среде;
В) маркетинговой среде фирмы;
Г) микросреде фирмы.
21. Вторичными данными в системе маркетинговой информации является:
А) информация, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей;
Б) перепроверенная информация;
В) информация, собранная впервые.
22. К факторам внешней маркетинговой среды не относят (2 ответа):
А) экономические факторы;
Б) потребителей;
В) научно-технические факторы;
Г) посредников и поставщиков.
23. Силы широкого социально-экономического плана, оказывающие влияние на микросреду, относятся к:
А) макросреде;
Б) маркетинговой среде;
В) микросреде;
Г) окружающей среде.
24. К силам, действующим в маркетинговой макросреде фирмы, относятся:
А) факторы культурного окружения;
Б) научно-технические факторы;
В) клиенты;
Г) природные факторы.
25. Деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов ресурсам, называются:
А) посредниками;
Б) контактными аудиториями;
В) товароведом;

Г) поставщиками.

26. Потребители, производители, промежуточные продавцы, государственные учреждения, зарубежные потребители составляют группу, именуемую:

- А) рынком потребителей;
- Б) контрагентами;
- В) клиентами;
- Г) контактной аудиторией.

27. Фирмы, помогающие компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентов, - это:

- А) контактные аудитории;
- Б) маркетинговые посредники;
- В) товароведы;
- Г) поставщики.

28. Группа, которая проявляет интерес к фирме или оказывает влияние на ее деятельность, - это:

- А) широкая публика;
- Б) гражданская группа действий;
- В) контактная аудитория;
- Г) потребительская аудитория.

29. Жизненный цикл товара (ЖЦТ):

- А) время пребывания товара на рынке от разработки концепции нового товара до проникновения его в целевые сегменты рынка;
- Б) процесс от поиска идеи «новинки» до удовлетворения потенциального спроса;
- В) время пребывания товара на рынке от его выхода до окончательного ухода с него.

30. В маркетинге товар - это:

- А) то, что предлагают конкуренты;
- Б) все, что может удовлетворить потребность и предлагается на рынке;
- В) все, что может быть обменено на рынке.

31. Установите соответствие между факторами, влияющими на деятельность предприятий, и их характеристиками:

- 1. Демографические.
- 2. Политические.
- 3. Экономические.
- А) уровень безработицы, покупательская способность населения;
- Б) рождаемость, старение населения, миграция, беженцы;
- В) нестабильность в регионах, где находятся источники сырья.

32. SWOT-анализ используется при проведении риск-анализа как инструмент:

- А) выявления рисков;
- Б) ранжирования рисков;
- В) оценки риска.

33. Что не относится к целям конкурентного анализа:

- С) составить представление о конкурентах;
- Б) выявить сильные и слабые стороны конкурентов;
- Д) скрыть конкурентные преимущества компании-конкурента.

34. Непосредственными результатами анализа конкурентов и конкуренции являются (2 ответа):

- А) перечень основных фирм-конкурентов на рынке;
 - Б) прогнозирование изменения своих объемов производства;
 - В) разъяснение своих конкурентных преимуществ.
35. *К числу основных методов, используемых для прогнозирования продаж, относятся все методы, исключая:*
- А) статистический метод;
 - Б) метод экспертных оценок;
 - В) метод безубыточности;
 - Г) балансовый метод.
36. *Первичная информация о рынке может быть получена путем:*
- А) анализа справочной литературы по проблеме;
 - Б) опроса целевой аудитории;
 - В) анализа документов предприятия;
 - Г) анализа статистических данных.
37. *Ряд логичных и последовательно сформулированных вопросов называется:*
- А) наблюдением;
 - Б) выборкой;
 - В) анкетой;
 - Г) опросом.
38. *Не относится к методам сбора первичных данных в маркетинговых исследованиях:*
- А) эксперимент;
 - Б) восприятие;
 - В) наблюдение;
 - Г) опрос.
39. *По временному признаку маркетинговые исследования разделяют на исследования (2 ответа):*
- А) ретроспективные;
 - Б) объемов продаж;
 - В) прогнозные;
 - Г) вторичные.
40. *Установите соответствие между понятиями товарной политики и их характеристиками:*
- 1. *Ассортимент.*
 - 2. *Товарная группа.*
 - 3. *Ширина ассортимента.*
- А) комбинации различных товаров (например, продукты, мебель);
 - Б) количество имеющихся товарных групп;
 - В) совокупность всех товаров, продаваемых предприятием торговли.
41. *Двухуровневый канал распределения состоит из:*
- А) производителя и потребителя;
 - Б) двух посредников;
 - В) производителя и одного посредника.
42. *Канал сбыта «производитель - оптовый посредник - потребитель» скорее всего, выберет фирма, выпускающая:*
- А) жевательную резинку;

- Б) транспортные средства;
В) моющие средства.
43. *Процесс выявления новых рынков - это:*
D) систематический поиск новых сфер деятельности фирмы;
Б) уход с рынка;
Е) результат случайного наблюдения
44. *Установите соответствие между различными вариантами общих стратегий предприятия и их характеристиками:*
1) *стратегия роста;*
2) *стратегия стабильности;*
3) *стратегия сокращения.*
А) *сосредоточение на существующих направлениях бизнеса и рынков, их поддержки;*
Б) *увеличение организации, часто через проникновение и захват новых рынков;*
В) *применяется в тех случаях, когда выживание предприятия находится под угрозой.*
45. *Установите соответствие между примерами установления цен и их характеристиками для нового на рынке продукта:*
1. *«Снятие сливок».*
2. *Цена для внедрения продукта на рынок.*
3. *Психологическая цена.*
А) *цена чуть ниже какой-либо «круглой цены» (99,99);*
Б) *установление значительно более низкой цены, чем на аналогичные товары, имеющиеся на рынке;*
А) *установление с начала продвижения продукта на рынок высокой цены при готовности потребителя покупать его.*
46. *Установите соответствие между примерами установления цен и их характеристиками для нового на рынке продукта:*
1. *Цена лидера на рынке или в отрасли.*
2. *Цена с возмещением издержек производства.*
3. *Престижная цена.*
А) *цена из расчета возмещения фактических издержек при средней норме прибыли по отрасли;*
Б) *цена устанавливается в соответствии с ценой главного конкурента;*
В) *цена на изделие с особыми (уникальными) свойствами.*
47. *Установите соответствие между примерами установления цен и их характеристиками для уже имеющегося на рынке продукта:*
1. *Цена на изделие, снятое с производства.*
2. *Цена ниже, чем у большинства.*
3. *Договорная цена.*
А) *ориентация цены на строго ограниченный круг потребителей, цена по этой причине гораздо выше обычной;*
Б) *льготные условия приобретения товара по сниженной цене (или, например, в кредит); обычно устанавливается на определенный срок;*
В) *гарантирует значительную скидку при выполнении ряда условий при покупке (например, при покупке 2-х единиц товара третья предоставляется бесплатно).*
48. *Установите соответствие между примерами установления цен и их характеристиками для уже имеющегося на рынке продукта:*

1. Долговременная цена.
 2. Цена потребительского сегмента рынка.
 3. «Эластичная (гибкая) цена».
- А) цена ориентирована на конкретный сегмент рынка;
 Б) *цена быстро реагирует на соотношение спроса и предложения;*
 А) цена не изменяется длительное время.
49. *Суть стратегии дифференциации продукции заключается:*
 А) в максимально быстром удовлетворении потребностей, возникающих в различных отраслях бизнеса;
 Б) в специализации изготовления особой продукции, являющейся модификацией стандартного изделия;
 В) в поиске принципиально новых, эффективных технологий производства, неизвестных до сих пор видов продукции;
 Г) в обслуживании рыночной ниши, выделенной на основе географического, поведенческого принципов.
50. *Установите соответствие между ценовой политикой предприятия и выбором цен:*
1. Использование предприятием ценовой политики, нацеленной на быстрое возмещение затрат, предполагает
 2. *Использование предприятием ценовой политики, нацеленной на удовлетворительное возмещение затрат, предполагает*
 3. *Использование предприятием ценовой политики, нацеленной на стимулирование комплексных продаж, предполагает...*
- А) установление «целевых цен»;
 Б) установление «доступных цен»;
 В) установление низких цен на базовое изделие в комплекте.
51. *Установите соответствие между ценовой политикой предприятия и выбором цен:*
 1. *Выход товара на новый рынок предполагает...*
 2. *Внедрение нового товара на рынок предполагает*
 3. *Использование предприятием ценовой политики «последовательный проход по сегментам рынка» предполагает.*
- А) установление высокой цены на товар;
 Б) *установление более низкой цены на товар по сравнению с конкурентами;*
 А) *установление сначала высокой цены на товар, а затем более низкой.*
52. *Установите соответствие между примерами установления цен и их характеристиками для уже имеющегося на рынке продукта:*
1. «Скользкая падающая цена».
 2. Долговременная цена.
 3. Цена потребительского сегмента рынка.
- А) цена ориентирована на конкретный сегмент рынка;
 Б) *цена зависит от спроса и предложения и снижается по мере насыщения рынка;*
 В) *цена не изменяется длительное время.*
53. *Что лежит в основе цены предложения (заявочной цены предприятия)?*
 А) расчетная себестоимость единицы продукции;
 Б) средние фактические цены реализации продукции;
 В) расчетная себестоимость единицы продукции и уровень рентабельности,

обеспечивающий расширенное воспроизводство.

54. *Сущность концепции маркетинга заключается в:*
А) подчинении торговли интересам государства;
Б) ориентации на требования рынка, то есть нужды потребителя;
В) борьбе с инфляцией.
55. *Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо называется:*
А) потребностью;
Б) нуждой;
В) запросом;
Г) необходимостью.
56. *Потребность, подкрепленная покупательской способностью, это:*
А) запрос;
Б) товар;
В) нужда;
Г) услуга.
57. *Все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается на рынке для обмена, называется:*
А) запросом;
Б) обменом;
В) товаром;
Г) сделкой.
58. *Акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен называется:*
А) рынком;
Б) сделкой;
В) потребностью;
Г) обменом.
59. *Коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами называется:*
А) рынком;
Б) обменом;
В) сделкой;
Г) самообеспечением.
60. *Совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товара называется:*
А) рынком;
Б) обменом;
В) сделкой;
Г) бартером.
61. *Под потребителем в маркетинге понимают:*
А) лицо, финансирующее покупку товара;
Б) субъект рынка, удовлетворяющий свою потребность;
В) лицо, непосредственно осуществляющее покупку.
62. *Определите последовательность изменения концепций в историческом развитии маркетинга:*
А) сбытовая;
Б) производственная;
В) товарная;

- Г) социально-этическая;
- Д) маркетинговая;
- Е) маркетинга взаимодействия.

63. *Определите последовательность процесса управления маркетингом:*

- А) анализ рыночных возможностей;
- Б) отбор целевых рынков;
- В) реализация маркетинговых мероприятий;
- Г) разработка комплекса маркетинга.

64. *Обеспечение товару в сознании потенциальных покупателей желательного места называют:*

- А) сегментированием;
- Б) диверсификацией;
- В) позиционированием;
- Г) избытком выбора.

65. *Процесс разбивки потребителей на группы на основе их различий в нуждах, характеристиках, поведении называют:*

- А) дроблением рынка;
- Б) исследованием рынка;
- В) дифференциацией рынка;
- Г) сегментированием рынка.

66. *Совокупность или группа потребителей, одинаково реагирующая на один и тот же предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга, - это:*

- А) сегмент рынка;
- Б) массовый рынок;
- В) целевой рынок;
- Г) рыночная ниша.

67. *Географическим признаком сегментации потребительского рынка является:*

- А) личностные характеристики покупателя;
- Б) регион проживания;
- В) возраст покупателя;
- Г) покупательская приверженность.

68. *При разработке бюджета маркетинга организации используют метод планирования затрат:*

- А) исходя из пожеланий сотрудников службы маркетинга;
- Б) на основе мнения руководства фирмы;
- А) на основе целевой прибыли.

69. *Процесс преобразования маркетинговых стратегий и планов в маркетинговые мероприятия, направленные на достижение стратегических маркетинговых целей, называется:*

- А) контролем маркетинга;
- Б) планированием маркетинга;
- В) концепцией маркетинга;
- Г) реализацией маркетинга.

70. *Определите правильную последовательность элементов комплекса маркетинга:*

- А) товар – цена-распределение
- Б) распределение товара-цена-продвижение товара;

В) товар-распределение товара-цена-продвижение товара;

71. *Руководство московской сети бутиков исследует привлекательность рынков нескольких крупных городов России. В ближайшие месяцы планируется открытие бутиков данной сети в Казани и Санкт-Петербурге. Как называется используемая компанией стратегия роста:*

- А) стратегия развития рынков;
- Б) стратегия диверсификации;
- В) стратегия развития товара.

72. *В теории маркетинга конкурентная стратегия фокусирования характеризуется тем, что фирма:*

- А) концентрируется на производстве и продвижении одного вида продукции;
- Б) производит широкую номенклатуру товаров;
- В) имеет значительную долю на нескольких рынках.

73. *Наступательному стратегическому направлению соответствуют мероприятия фирмы по...*

- А) сокращению производства;
- Б) отказу от стимулирования продаж;
- В) обновлению ассортимента.

74. *Право на создание коммерческой фирмы, продажу товаров и оказание услуг в порядке коммерческой концессии, подразумевающее использование товарного знака и технологий со взаимными обязательствами и льготами между передающей и получающей сторонами, предоставляемое за плату и оформленное в соответствии с законом о товарных знаках:*

- А) диллерство;
- Б) франчайзинг;
- В) спонсорство.

75. *Производственная программа предприятия разрабатывается на основе:*

- А) портфеля заказов;
- Б) производственных возможностей;
- В) портфеля заказов с учетом производственных возможностей.

76. *Годовой плановый выпуск продукции определяется как:*

А) наличие продукции на начало планового периода минус нормируемые запасы готовой продукции на конец планового периода, плюс плановое производство продукции за период;

Б) годовой объем производства продукции плюс изменения остатков незавершенного производства, плюс изменение готовой продукции на складах на начало и конец года;

- В) нет правильного ответа.

77. *Производственная программа представляет собой:*

А) систему натуральных показателей, включая характеристики структуры продукции и состояния производственных мощностей;

Б) систему натуральных, трудовых и стоимостных показателей, включая характеристики структуры продукции и состояния производственных мощностей;

В) только стоимостные показатели, включая показатели производства и продаж продукции за истекший период.

78. *Производственная мощность определяется:*

- А) нормативным объемом выпуска продукции;
- Б) фактическим объемом производства продукции за период;

В) плановым объемом производства продукции.

79. Дополните. политика предполагает наличие системы правил и норм работы с персоналом, обеспечивает процессы воспроизводства, управления и развития персонала в соответствии со стратегией развития организации:

- А) финансовая;
- Б) кадровая;
- В) стратегическая.

80. Главная задача антикризисного управления на предприятии заключается:

- А) в сравнении фактических результатов деятельности предприятия с планом и данными предшествующих периодов;
- Б) в проведении сберегательных мероприятий, основой которых является сокращение расходов, связанных с деятельностью предприятия;
- В) в осуществлении структурной перестройки предприятия в соответствии с потребностями рынка.

81. Вид управленческой деятельности, связанный с постановкой целей, выбором путей и способов их достижения, - это:

- А) регулирование;
- Б) планирование;
- В) организация.

82. Организационная структура предприятия должна соответствовать (2 ответа):

- А) целям предприятия;
- Б) типовым организационным структурам;
- В) кадровой политике предприятия.

83. Оптимальным подходом к организации службы маркетинга фирмы при производстве многих товаров, резко отличающихся друг от друга, является:

- А) географический;
- Б) рыночный;
- В) функциональный;
- Г) товарный.

84. В компании «АБВ», производящей широкий спектр косметических средств, существуют отдельные управляющие по группам товаров - по кремам, зубным пастам и декоративной косметике. Каждому из них, в свою очередь, подчиняются менеджеры отдельных марок. Это тип организационной структуры:

- А) товарная (продуктовая);
- Б) проектная;
- В) географическая (региональная);
- Г) функциональная.

85. Достоинством службы маркетинга рыночного типа является:

- А) функциональная специализация маркетологов;
- Б) возможность более оперативно принимать участие с учетом изменений рынка;
- В) полный маркетинг каждого товара.

86. Основанием к применению продуктовой структуры отдела маркетинга является, прежде всего:

- А) сильные различия между сегментами рынка, с которыми работает предприятие;
- Б) наличие у фирмы широкой номенклатуры товаров, которые могут быть

разделены на независимые группы для проведения самостоятельной коммерческой политики;

В) наличие у фирмы квалифицированных специалистов по функциональным направлениям.

87. *Как подводить итоги работы руководителям отдела маркетинга:*

А) работа постоянно контролируется, результаты получают оценку, за ошибки и медлительность отвечают виновные;

Б) вся работа происходит в дружеской атмосфере, нельзя упускать возможность поблагодарить сотрудников;

В) ход работы должен всегда анализироваться с позиции целесообразности, предложения по улучшению организации производства идут и сверху и снизу, по окончании реализации проекта происходит открытое подведение итогов работы, стимулирующее профессиональный рост сотрудников.

88. *Дополните. Организационная структура предприятия - это совокупность производственных, обслуживающих и вспомогательных и устойчивых связей между ними:*

А) отраслей;

Б) подразделений;

В) видов деятельности.

89. *Структура управления - это:*

А) совокупность управленческих звеньев и отдельных работников, их взаимосвязь и соподчиненность по вертикали и горизонтали;

Б) форма разделения и кооперации труда в объекте управления;

В) совокупность элементов и звеньев объекта управления и установленных между ними связей.

90. *Производственная структура - это:*

А) совокупность отраслей, видов деятельности и устойчивых связей между ними;

Б) совокупность функций и устойчивых связей между ними;

В) совокупность исполнительных звеньев и устойчивых связей между ними.

91. *Показатели бюджетной эффективности отражают:*

А) финансовую эффективность проекта с точки зрения отрасли с учетом влияния реализации проекта на функционирование отрасли в целом;

Б) влияние результатов осуществления проекта на доходы и расходы бюджетов всех уровней;

В) финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;

Г) сопоставление денежных притоков и оттоков без учета схемы финансирования.

92. *Мониторинг инвестиционного проекта - это:*

А) мероприятия, способствующие повышению содержательности труда, самостоятельности и ответственности работников;

Б) процесс выявления отклонений фактических показателей реализации инвестиционного проекта от их прогнозных значений;

В) оценка финансового потенциала предприятия.

93. *Процесс определения приведенной стоимости будущих платежей и поступлений, обратный начислению сложного процента:*

А) компаундирование;

- Б) позиционирование;
- В) дисконтирование.

94. *Под экспресс-анализом бизнес-плана инвестиционного проекта понимается:*

- А) определение за короткий промежуток времени, без детализированной проработки пригодности или непригодности инвестиционного проекта для дальнейшего рассмотрения и финансирования;
- Б) кредитование банком проекта, реализуемого на действующем предприятии, при котором источником возврата средств является вся хозяйственная деятельность заемщика;
- В) оценка проекта и его эффективности после завершения операционной стадии, сравнение прогнозных и фактических показателей проекта на выходе.

95. *Показатели общественной эффективности учитывают:*

- А) эффективность проекта для каждого из участников-акционеров;
- Б) финансовую эффективность с учетом реализации проекта на предприятии региона или отрасли;
- В) затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за рамки прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта, а также отражающие интересы всего народного хозяйства.

96. *Точка безубыточности - это:*

- А) абсолютная или относительная величина цены применительно к уровню общественных затрат, доходов или других цен;
- Б) разница между совокупными доходами и совокупными издержками за определенный период;
- В) уровень физического объема продаж на протяжении расчетного периода времени, при котором выручка от реализации продукции совпадает с издержками производства.

97. *Трансфертные платежи представляют собой:*

- А) все виды внутренних перемещений денежных средств;
- Б) налоги, субсидии;
- В) кредитные операции, дивиденды, лизинговые платежи.

98. *К показателям социальной эффективности проекта не относят:*

- А) количество создаваемых рабочих мест;
- Б) уровень заработной платы;
- В) размер чистой прибыли, полученной от реализации проекта.

99. *По характеру организации производства различают структуры управления:*

- А) отраслевая (цеховая)
- Б) многоотраслевая (отделенческая или бригадная)
- В) двух-, трех-, четырехступенчатые и смешанные

100. *Цель оценки персонала для целей бизнес-планирования:*

- А) изучение подготовленности работников к выполнению именно того вида деятельности, которым он будет заниматься в рамках выполнения заданий по реализации бизнес-плана;
- Б) для поощрения передовых работников;
- В) выявление степени удовлетворенности персонала работой;

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Лекции оцениваются по посещаемости, активности, умению выделить главную мысль.

Практические занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и экзамена.

Критерии оценки экзамена в тестовой форме: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично. Для получения соответствующей оценки на зачете и экзамене по курсу используется накопительная система балльно - рейтинговой работы студентов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов или оценок, полученных по всем разделам курса и суммы баллов полученной на зачете или экзамене.

Таблица 4.1 – Критерии оценки уровня знаний студентов с использованием теста на экзамене по учебной дисциплине

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	86-100 % правильных ответов
Хорошо	71-85 %
Удовлетворительно	51- 70%
Неудовлетворительно	Менее 51 %

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

Количество баллов и оценка неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Критерии оценивания компетенций следующие:

1. Ответы имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует об уверенных знаниях обучающегося и о его умении решать профессиональные задачи, оценивается в 5 баллов (отлично);

2. Более 75 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует о достаточных знаниях обучающегося и его умении решать профессиональные задачи – 4 балла (хорошо);

3. Не менее 50 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом) Их содержание свидетельствует об удовлетворительных знаниях обучающегося и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации – 3 балла (удовлетворительно);

4. Менее 50 % ответов имеют решения с правильным ответом. Их содержание свидетельствует о слабых знаниях обучающегося и его неумении решать профессиональные задачи – 2 балла (неудовлетворительно).

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам экзамена в устной форме:

Оценка «отлично» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об

объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «хорошо» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен. Ответы на дополнительные вопросы логичны, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент испытывает значительные трудности в ответе на экзаменационные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает.

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

Критерии оценки при решении задач: оценка «отлично» выставляется студенту, если он, решил задачу верно, пришел к верному знаменателю, показал умение логически и последовательно аргументировать решение задачи во взаимосвязи с практической действительностью. Оценка хорошо ставится в том случае если задача решена верно, но с незначительными погрешностями, неточностями. Оценка удовлетворительно ставится если соблюдена общая последовательность выполнения задания, но сделаны существенные ошибки в расчетах. Оценка неудовлетворительно ставится если задача не выполнена.

Критерии оценки текущих тестов: если студент выполняет правильно до 51% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»; если студент выполняет правильно 51-70% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»; если студент выполняет правильно 71-85 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»; если студент выполняет правильно 86-100% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

Практические занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, активности работы в аудитории, правильности выполнения заданий, уровня подготовки к занятиям.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Критерии оценки контрольных работ студентов заочного обучения:

«Зачтено» ставится, если контрольная работа выполнена в срок, не требует дополнительного времени на завершение; контрольная работа выполнена полностью: решены все задачи, даны ответы на все вопросы, имеющиеся в контрольной работе; без дополнительных пояснений используются знания, полученные при изучении дисциплин;

даны ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа аккуратно оформлена, соблюдены требования ГОСТов;

«Не зачтено» ставится если контрольная работа не выполнена в установленный срок, продемонстрировано полное безразличие к работе, требуется постоянная консультация для выполнения задания; в контрольной работе присутствует большое число ошибок; не полностью или с ошибками решены задачи, даны неполные или неправильные ответы на поставленные вопросы; отсутствуют ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа выполнена с нарушениями требований ГОСТов; контрольная работа выполнена по неправильно выбранному варианту.