

Компонент ОПОП

19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

наименование ОПОП

Б1.В.03

шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины (модуля)

Менеджмент и маркетинг

Разработчик(и):

Гапоненкова Н.Б.

ФИО

доцент

должность

канд. экон. наук, доцент

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 8 от 21.03.24

Заведующий кафедрой

ЭиУ



подпись

Щебарова Н.Н.

ФИО

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции ¹	Результаты обучения по дисциплине (модулю) ²			Соответствие Кодексу ПДНВ ³	Оценочные средства текущего контроля ⁴	Оценочные средства промежуточной аттестации ⁵
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>			
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД1УК1 Выполняет поиск необходимой информации, ее критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи ИД2УК1 Использует системный подход для решения поставленных задач, предлагает способы их решения	организационных структур; основные составляющие внешней и внутренней среды организации и их характеристики; основные понятия, категории маркетинга и маркетинговой среды организации	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации для планирования производства; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для осуществления эффективных управленческих решений в области производства и организации обслуживания на предприятиях питания			-подготовка докладов -подготовка презентаций -тестирование -участие в дискуссии	Результаты текущего контроля
ПК-4 Планирование, организация и координация процесса производства и организации питания	ИД1ПК4 Способен решать проектно-технологические задачи, в том числе и с использованием информационных технологий						

¹ Указываются только те индикаторы, которые закреплены за дисциплиной (модулем) в соответствии с РПД

² В соответствии с РПД

³ Для специальных дисциплин образовательных программ в области подготовки членов экипажей морских судов (для остальных образовательных программ столбец можно удалить)

⁴ Указать только те оценочные средства, которые применяются для текущего контроля по дисциплине(модулю)

⁵ Указать только те оценочные средства, которые применяются при промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии ⁶ оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

⁶ Критерии могут быть уточнены/изменены на усмотрение разработчика ФОС

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания докладов

Тематика докладов, информационных сообщений по дисциплине (модулю), требования к структуре, содержанию и оформлению изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включены примерные темы докладов/информационных сообщений:

- 1 Менеджмент как свойство социальных систем.
- 2 История возникновения профессии менеджера
- 3 Ситуационный менеджмент.
- 4 Немецкая модель управления.
- 5 Французская модель управления.
- 6 Американская модель управления
- 7 История становления корпорации ... (IBM, Mitsubishi, Газпром и т.д. – по выбору студента).
- 7 Авторитарный стиль руководства.
- 8 Демократический стиль руководства.
- 9 Либеральный стиль руководства.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
<i>Отлично/ 25</i>	Ориентированность в материале, полные и аргументированные ответы на дополнительные вопросы. Материал изложен логически последовательно, присутствуют самостоятельные выводы, используется материал из дополнительных источников, интернет ресурсов. Сообщение носит исследовательский характер.
<i>Хорошо/15</i>	Ориентированность в материале, но присутствуют некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.
<i>Удовлетворительно/10</i>	Трудности в подборе материала, его структурировании. Использована, в основном, учебная литература, не использованы дополнительные источники информации. Трудности в ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения, формулировке выводов. Материал изложен не последовательно, не установлены логические связи.
<i>Неудовлетворительно/0</i>	Доклад, информационное сообщение подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме.

3.2 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

Вариант 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.

Ответы:

- 1) 33333 руб.; 1060 руб.
- 2) 33550 руб.; 1050 руб.
- 3) 30000 руб.; 1000 руб.

Вариант 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.

Определить эффективность выставки продаж.

Ответы:

- 1) 11,73 руб.
- 2) 12 руб.
- 3) 10,5 руб.

Вариант 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.

Определить месячный заработок сдельщика.

Ответы:

- 1) 400 руб.
- 2) 369,6 руб.
- 3) 410,5 руб.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично/ 5</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо /4</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно/3</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно /1</i>	49% и меньше правильных ответов

В процессе изучения дисциплины предусмотрены 5 тестов.

3.3. Критерии и шкала оценивания мультимедийной презентации

Рекомендации по подготовке презентации по дисциплине (модулю) изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Примерные темы презентаций:

- 1) Организация как система.
- 2) Формы хозяйственных организаций.
- 3) Факторы прямого воздействия на организацию.
- 4) Факторы косвенного воздействия на организацию.
- 5) Оценка внешней среды М. Месконом.

- 6) Оценка внешней среды И. Ансоффом.
- 7) Оценка внешней среды М. Портером.
- 8) Организационные структуры органического типа.
- 9) Линейный (линейно-функциональный, дивизиональный, матричный, бригадный и т.д. – один по выбору студента) тип ОСУ.
- 10) Проблема сочетания централизации и децентрализации.
- 11) Признаки необходимости реорганизации управленческой структуры.

Оценка/баллы	Критерии оценки
Отлично/ 25	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Оформлен титульный слайд с заголовком. Сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме, выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук. Логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
Хорошо/15	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует логическая последовательность в суждениях. Не выдержан объем презентации, имеются упущения в оформлении. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
Удовлетворительно/10	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Сформулированная тема изложена и структурирована не в полном объеме. Не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме. Присутствуют существенные отступления от требований к составлению презентации. Допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы.
Неудовлетворительно/0	Работа не выполнена или не соответствует теме самостоятельной работы

3.4. Критерии и шкала оценивания за участие в дискуссии

Рекомендации по участию в дискуссии по дисциплине (модулю) изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Типовые вопросы для дискуссии:

1. В чем сущность стратегического управления маркетингом?
2. Какие Вам известны методы разработки бюджета маркетинга?
3. Какие типы маркетингового контроля Вы знаете?
4. Какие основные этапы можно выделить в развитии внутрифирменного планирования?
Что такое сценарное планирование?
5. Чем отличается маркетинговая программа от плана развития фирмы и бизнес-плана?
6. Каковы основные принципы разработки маркетинговой программы?
7. Каковы основные разделы типичной маркетинговой программы?

8. Разрабатывает ли известная Вам фирма маркетинговые программы?
9. Какие преимущества и недостатки имеет организационная структура маркетинга, построенная по товарному принципу?
10. Какие преимущества и недостатки имеет организационная структура маркетинга, построенная по региональному принципу?

За участие в дискуссии выставляются баллы

Наименование критерия	Баллы
Профессиональное, грамотное решение проблемы	10
Новизна и неординарность решения проблемы	5
Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы	5
Этика ведения дискуссии	5
Максимальное количество баллов	25

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

4.1. Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины с экзаменом.

Для дисциплин, заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена: В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

Список вопросов к экзамену

Менеджмент как система. Субъект и объект менеджмента, их характеристика и виды. Внутренняя среда организации. Сущность, предмет теории и методы менеджмента. Сущность концепции всеобщего управления качеством (TQM).

Японская, американская и европейская системы управления предприятием. Понятие и роль организационной культуры в управлении персоналом. Конфликты в организации и методы их разрешения. Характеристика современных подходов в менеджменте. Понятие, роль и место маркетинга в системе управления предприятием. Руководство и лидерство: сходство и различие. Характеристика концепций маркетинга. Содержание процесса мотивации и методы вознаграждения персонала. Организация как объект управления: понятие, организационно-правовые формы, структура. Методы управления персоналом. Персонал организации как объект управления, сущность современной концепции управления человеческими ресурсами. Миссия и цели организации. Организационная структура управления: понятие и типы. Понятие и структура проекта, этапы управления проектом.

Бизнес процессы: понятие и способы улучшения. Характеристика внутренней и внешней среды организации. Понятие и сущность стратегического управления. Сущность и виды инноваций, преодоление сопротивления нововведениям в коллективе. Модели и методы принятия решений. Метод SWOT –анализа среды организации. Типы стратегий бизнеса. Управленческие решения : понятие, классификация, требования. Сущность и характеристика маркетинговых коммуникаций. Методика определения конкурентоспособности товара. Содержание сбытовой политики, характеристика составляющих системы сбыта. Методы прогнозирования объемов рынка. Подходы к ценообразованию. Рыночная атрибутика товара: марка, товарный знак, фирменный стиль. Анализ конкурентов. Заемные средства финансирования инвестиционных проектов, их виды и роль. Сегментация рынка: понятие, критерии и методы. Товарный ассортимент и

номенклатура продукции. Жизненный цикл товара и его влияние на выбор маркетинговой стратегии. Вклад школ управления в становление и развитие менеджмента как науки

МУРМАНСКИЙ АРКТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

по дисциплине Менеджмент и маркетинг

для направления 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания»

1. Понятие, цели и задачи менеджмента.
2. Организационная культура.

Зав.кафедрой ЭиУ

Н.Н. Щебарова

Ответы на экзаменационные вопросы оцениваются по критериям и шкале, представленным в таблице:

Оценка	Баллы	Критерии оценки ответа на экзамене
Отлично	20	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
Хорошо	15	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.
Удовлетворительно	10	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
Неудовлетворительно	0	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» – 20 баллов, «4» – 15 баллов, «3» – 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля:

Уровень сформированности компетенций	Итоговая оценка по дисциплине	Суммарные баллы по дисциплине, в том числе	Критерии оценивания
<i>Высокий</i>	<i>Отлично</i>	91 – 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан
<i>Продвинутый</i>	<i>Хорошо</i>	81 – 90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
<i>Пороговый</i>	<i>Удовлетворительно</i>	70 – 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
<i>Ниже порогового</i>	<i>Неудовлетворительно</i>	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *расчетные задачи (УК-1), тест (ПК-4).*

Комплект заданий диагностической работы

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Задание 1. Спрос и предложение описываются уравнениями (Q – объем продаж; P – цена):

$$Q_{\text{спрос}} = 2400 - 10P,$$

$$Q_{\text{предложение}} = 1000 + 25P.$$

1. Вычислите равновесную цену и количество проданных товаров по этой цене.
2. Администрация предприятия установила цену в 30 руб. за товарную единицу. Охарактеризуйте последствия этого решения.

Задание 2. Рассчитайте цену, используя следующие данные:

Переменные издержки – 60 у.е. (на единицу товара);
Постоянные издержки – 15 000 у.е. (на весь объем);
Ожидаемый объем реализации – 5000 единиц;
Ожидаемая прибыль – 40%

Задание 3. В течение сезона по субботам два раза в месяц проводится ярмарка «Живая рыба».

Затраты на каждое мероприятие:

Постоянные накладные расходы – 1500 \$
Переменные издержки – 1 \$ на каждого посетителя
(печать брошюр и т.п.)
Максимальное количество продаж – 1100 шт.
Среднее количество продаж – 900 шт.
Цена товара – 10 \$

Коммерческий директор обеспокоен низкой прибылью. Рассматриваются два варианта увеличения прибыли, связанные с изменением цены товара:

1. Акция «Социальная поддержка». Цена по 4 \$ продаются студентам, пенсионерам, малоимущим в порядке живой очереди. По подсчетам, можно реализовать порядка 200 штук, что увеличит среднее количество продаж.
 2. Воскресные дневные повторения субботнего мероприятия ценой 6 \$. Возможно реализовать 700 товаров, но 150 из них купили бы те, кто раньше приобретали более дорогие товары субботнего мероприятия.
- Проанализируйте варианты ценовых решений и определите их экономическую эффективность. Следует ли реализовать какое-либо из этих предложений?

ПК-4 Планирование, организация и координации процесса производства и организации питания

Вариант 1

1. Что такое миссия организации?
 - 1) Процесс формирования планов организации.
 - 2) Генеральная цель организации.
 - 3) Текущие направления деятельности организации.
 - 4) Совокупность необходимых стимулов.
2. Исследование норм труда проводилось:
 - 1) Гилбретами;
 - 2) А.Файолем;
 - 3) М. Вебером;
 - 4) Г. Эмерсоном.
3. Основоположник административной школы.....
4. Какие существуют подходы к менеджменту?
 - 1) Регрессионный.
 - 2) Ситуационный.
 - 3) Динамический.
 - 4) Производственный.

5. Применяется затратный метод ценообразования. Предприятие получает 18 % прибыли к затратам. Закупочная цена одного товара – 100 руб. за единицу, а второго – 1000 руб. за единицу. Объем закупок одного товара – 2,5 тыс. штук, а второго товара – 150 кг. В месяц транспортно-заготовительные расходы и аренда помещения составляют 200 и 50 тыс. руб. соответственно, заработная плата продавца – 12 тыс. руб. в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определите продажные цены товаров.

6. Канал распределения состоит из.....

7. К элементам теории массовой коммуникации относится.....

8. Дистрибьютор действует от ... имени и за ... счет

9. К рекламным средствам НЕ относятся:

- 1) акустические средства;
- 2) графические средства;
- 3) предметные средства;
- 4) доступные средства.

10. Качество продукции или услуг определяется ...

11. Количество времени, затрачиваемое на выпуск продукции – это ...

12. Социальная организация в рыночной экономике – это.... система

13. Что из перечисленного ниже способствует росту прибыли от продажи продукции?

- 1) Увеличение объема производства при неизменной цене.
- 2) Снижение цены на продукцию при неизменном объеме производства.
- 3) Повышение уровня заработной платы.
- 4) Увеличение коммерческих расходов.

14. В чем проявляется конкурентоспособность товара?

15. К факторам увеличения спроса относится:

- 1) увеличение потребления товара существующим потребителем;
- 2) рекламная деятельность;
- 3) увеличение цены товара;
- 4) сокращение сети розничной торговли

16. Жизненный цикл товара – это...

17. Предприятие рассматривает перспективы выведения на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 96 млн руб. в год. При продажной цене 20 руб. за одно изделие точка безубыточности, по оценкам, будет достигнута при годовом объеме продаж в 16 000 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности?

18. Определите рентабельность продаж по чистой прибыли, если выручка от реализации составляет 200 млн руб., себестоимость продукции – 160 млн руб., коммерческие расходы – 5 млн рублей. Проценты к уплате – 3 млн руб.

19. Объем продукции, выпущенной на предприятии, составляет 250 000 тыс. руб., среднесписочная численность рабочих – 250 человек, годовой фонд времени работы одного рабочего – 1800 ч, номинальный фонд времени работы одного рабочего – 8 ч. Определите среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку.

20. На социальную эффективность менеджмента влияет:

- 1) прибыль от продажи продукции;
- 2) развитие трудового коллектива;
- 3) издержки обращения;
- 4) норма выработки.

21. Исследование зависимости между объемом рекламы и ценой товара может быть проведено с помощью ...

22. Охарактеризуйте эффективность рекламы. Вложения в рекламу составили 150 тыс. руб. Прибыль должна была увеличиться на 400 тыс. руб. Фактически увеличилась на 300 тыс. руб.

23. Для оценки сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз используется-анализ.

24. Какая из функций менеджмента основывается на потребностях и интересах работников?

25. Какая из функций менеджмента позволяет выявить отклонения в работе организации?

26. Демографические условия относятся / не относятся к факторам микросреды маркетинга

27. Распоряжения; приказы; регламенты – относится / не относится к инструментам организационно-распорядительных методов менеджмента

28. Разделение потребителей на однородные группы – это

29. Разработка товара-новинки начинается с этапа....

30. Элементы маркетингового комплекса: продукт, ..., ..., продвижение

Вариант 2

1. Какие функции менеджмента отражают процесс разделения управленческого труда?

- 1) Общие.
- 2) Связующие.
- 3) Специфические.
- 4) Социальные.

2. Для чего предназначена организационная структура управления?

- 1) Установления целей и задач организации.
- 2) Обеспечения единства действий всех элементов организации.
- 3) Стимулирования действий работников организации.
- 4) Осуществления контрольных функций.

3. Развитие специализации в организации может происходить

по направлению:

- 1) горизонтальному;
- 2) матричному;
- 3) диагональному;
- 4) вертикальному.

4. Какие типы организационных структур относятся к адаптивным структурам?

- 1) Линейно-функциональные.
- 2) Матричные.
- 3) Линейно-штабные.
- 4) Дивизиональные

5. Полномочия, которые передаются от начальника финансового отдела непосредственному исполнителю, – это:

- 1) финансовые;
- 2) линейные
- 3) функциональные;
- 4) внутренние.

6. На какой фазе жизненного цикла товара предприятие должно получать максимальную прибыль?

- 1) На фазе внедрения.
- 2) На фазе спада.
- 3) На фазе роста.
- 4) На фазе зрелости.

7. На основе данных, приведенных ниже, рассчитать предельную, безубыточности и целевую цены.

Инвестированный капитал – 20000 тыс. руб., предполагаемая рентабельность – 12 %; переменные издержки на единицу продукции – 120 руб.; условно-постоянные издержки – 700 тыс. руб. Прогнозируемые продажи – 1000 тыс. штук. Цена безубыточности (точка безубыточности) показывается на графике.

8. Стратегия «снятия сливок» заключается в установлении предприятием ... цены, предусматривающем ее возможное ... по мере появления на рынке конкурентов.

9. Применяется затратный метод ценообразования. Предприятие получает 18 % прибыли к затратам. Закупочная цена одного товара – 100 руб. за единицу, а второго – 1000 руб. за единицу. Объем закупок одного товара – 2,5 тыс. штук, а второго товара – 150 кг. В месяц транспортно-заготовительные расходы и аренда помещения составляют 200 и 50 тыс. руб. соответственно, заработная плата продавца – 12 тыс. руб. в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определите продажные цены товаров.

10. Демографические условия относятся / не относятся к факторам микросреды маркетинга

11. Распоряжения; приказы; регламенты – относится / не относится к инструментам организационно-распорядительных методов менеджмента

12. Стилль руководства, при котором руководитель распределяет полномочия, инициативу и ответственность между руководителями и подчиненными, называется ...

13. «управленческая решетка Блейка–Моутона» отражает ...

14. В чем проявляется конкурентоспособность товара?
15. Увеличение потребления товара существующим потребителем относится/ не относится к факторам увеличения спроса?
16. Увеличение цены товара относится/ не относится к факторам увеличения спроса?
17. Жизненный цикл товара – это...
18. Предприятие рассматривает перспективы выведения на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 96 млн руб. в год. При продажной цене 20 руб. за одно изделие точка безубыточности, по оценкам, будет достигнута при годовом объеме продаж в 16 000 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности?
19. К ценовым стратегиям по соотношению «цена–качество» относится /НЕ относится стратегия дорогих товаров;
20. Неформальные группы – это группы, организованные ...
21. Разделение потребителей на однородные группы – это
22. Разработка товара-новинки начинается с этапа....
23. Элементы маркетингового комплекса: продукт, ..., ..., продвижение
24. Маркетинговое понятие «рыночная ниша» -...
25. Фокусирование (фокус-группа) – это...
26. Позиционирование товара – это....
27. Выручка от реализации на предприятии составила 200 000 тыс. руб., общая себестоимость – 160 000 тыс. руб. Доходы от участия в деятельности других организаций – 10000 тыс. руб. Проценты, уплачиваемые предприятием по кредиту, – 3000 тыс. руб. Численность персонала составляет 200 человек. Определите размер чистой прибыли, приходящейся на одного работника.
28. Анкета в маркетинге – это...
29. Изучение справочников и статистической литературы относится к ... исследованиям
30. Спрос, который обеспечивается платежеспособностью потребителя называется