

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаров Алексей Владимирович  
Должность: И.о. директора технологического колледжа  
Дата подписания: 25.03.2024 10:35:44  
Уникальный программный ключ:  
7f14295cc243665527468ff1159f9c1205eca726

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный аграрный университет –  
МСХА имени К.А. Тимирязева»  
(ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева)  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

## **КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

по дисциплине «ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга»

**специальность: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения**

форма обучения: очная

Москва, 2022

## Содержание

1	Общие положения.....	3
2.	Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке.....	3
3.	Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации.....	7

## 1. Общеположения

**11** Комплект оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга».

**12** КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме экзамена по учебной дисциплине ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга».

**13** КОС разработаны на основании положений:

- ФГОС СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»;
- Основной профессиональной образовательной программы по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

## 2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке.

### 2.1. Профессиональные и общекомпетенции

В результате оценки осуществляется проверка следующих объектов:

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории	Планирование и организация работы подразделения; Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; Принятие эффективных управленческих решений
ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы	Использование в земельно-имущественных отношениях особенностей менеджмента и маркетинга; Принятие эффективных решений, используя систему методов управления; Разработка и реализация мотивационной политики в организации;

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Участие в профессиональных конкурсах, конференциях, олимпиадах различного уровня; Качественное освоение программы учебной дисциплины;
ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности	Использование актуальной нормативно-правовой документации по профессии (специальности) ; Применение современной профессиональной терминологии; Определение траектории профессионального развития и самообразования; Грамотно устно и письменно излагать свои мысли по профессиональной тематике на государственном и иностранном языках;
ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность,	Использование актуальной нормативно-правовой документации по профессии (специальности) ;

определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Применение современной профессиональной терминологии; Определение траектории профессионального развития и самообразования
ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Распознавание сложных проблемные ситуации в различных контекстах. Проведение анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности ; Определение этапов решения задачи. Оценка рисков на каждом шагу
ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности; Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности;
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Проявление толерантность в рабочем коллективе; Участие в деловом общении для эффективного решения деловых задач; Планирование профессиональной деятельность; Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Результативность работы по формированию личного портфолио; Понимать значимость своей профессии (специальности); Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности;
ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности .	Готовность самостоятельно находить и изучать информацию, необходимую для принятия решения в условиях смены технологий в профессиональной деятельности; Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

## 2.2. В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Код и наименование элемента умений	Код и наименование элемента знаний
У1 планировать и организовывать работу подразделения;	З1 сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития
У2 формировать организационные структуры управления	З2 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)
У3 разрабатывать мотивационную политику организации	З3 внешнюю и внутреннюю среду организации
У4 применять в профессиональной	З4 цикл менеджмента

деятельности приемы делового и управленческого общения	
У5 принимать эффективные решения, используя систему методов управления	35 процесс принятия и реализации управленческих решений
У6 учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	36 функции менеджмента в рыночной экономике
У7 анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	37 организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта
У8 определять стратегию и тактику относительно ценообразования	38 систему методов управления
	39 методику принятия решений
	310 стили управления, коммуникации, деловое общение
	311 сущность и функции маркетинга
	312 конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

### 2.3 Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Дисциплина	Формы промежуточной аттестации
Основы менеджмента и маркетинга	экзамен

### 2.4. Типовые задания для оценки освоения дисциплины при текущей аттестации

Функциональный признак оценочного средства (тип контрольного задания)	Метод/форма контроля	Код контрольного задания
Расчетная задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание, лабораторная работа, практические занятия, письменный экзамен	1
Поисковая задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание	2
Аналитическая задача	Контрольная работа, индивидуальное домашнее задание	3
Тест, тестовое задание	Тестирование, письменный экзамен	4
Практическое задание	Лабораторная работа, практические занятия, практический экзамен	5

### 2.5 Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины:

№ Темы	Содержание теоретического материала по программе УД	Профессиональные компетенции	Код элемента умений	Код элемента знаний

1	Теоретические основы менеджмента	ОК 1; ОК 2 ПК 1.4	У1 – У5	31- 310
2	Организация как объект современного менеджмента	ОК.1 -ОК.8 ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
3	Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	ОК 2 ПК 1.4	У1 - У5	31- 310
4	Функции менеджмента	ОК.1 -ОК.8 ПК 1.4	У1 - У5	31- 310
5	Принятие управленческих решений	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
6	Место и задачи менеджера в системе управления	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У1 - У5	31- 310
7	Сущность маркетинга	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
8	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
9	Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
10	Сегментирование рынка	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312
11	Ценообразование в маркетинге	ОК.1-ОК.8; ПК 1.4, ПК3.1	У6 – У8	311- 312

### 3. Структура контрольного задания промежуточной аттестации

#### 3.1 Критерии оценки заданий

Наименование дидактической единицы	Код элемента умения	Код элемента знания	Уровень деятельности при контроле	Номер задания в варианте теста - задания	Критерий зачета
Теоретические основы менеджмента	У1 – У5	31- 310	1,2	22,24,46,47	2
Организация как объект современного менеджмента	У1 - У5	31- 310	1,2	43,44,45	1,2
Научные школы и основные теоретические подходы в менеджменте	У1 - У5	31- 310	2,3	21,23,25,26	2,3
Функции менеджмента	У1 - У5	31- 310	2,3	27,28,39,41,42	2,3
Принятие управленческих решений	У1 - У5	31- 310	2,3	29,30,40	2,3
Место и задачи менеджера в системе управления	У1 - У5	31- 310	2,3	31,32,33,34,35,36	2,3
Сущность маркетинга	У6 – У8	311- 312	2,3	1,2,3,37	2,3
Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	У6 – У8	311- 312	2,3	8,9,10,18	2,3
Окружающая среда маркетинга. Покупательское поведение потребителей	У6 – У8	311- 312	2,3	4,5,6,7	2,3
Сегментирование рынка	У6 – У8	311- 312	2,3	11,12,13,14,15,	2,3
Ценообразование в	У6 – У8	311- 312	2,3	16,17,19,20,	2,3

### 3. Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

#### 3.1 Задание для проведения промежуточной аттестации

Ответить на вопросы теста. Задание формируется по вариантам.

Каждый вариант включает в себя 25 вопросов.

#### Примерные вопросы задания «Тестирование»

##### 1. Что является основным в определении сути маркетинга?

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

##### 2. 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*

##### 3. Объектами маркетинга являются:

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

##### 4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

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

##### 5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

\_\_\_\_\_ продвижение товара, распространение.

Правильный ответ: (*товар, цена*)

##### 6. 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

**7. 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

**8. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает \_\_\_\_\_ персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта**

Правильный ответ: *(рекламу)*

**9. 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**

**10. 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

**11. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(концепции совершенствования производства)*

**12. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(концепции совершенствования товара)*

**13. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(концепции интенсификации коммерческих усилий)*

**14. 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: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(концепции социально-этичного маркетинга)*

**15. Реклама – это элемент:**

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

**16. Комплекс маркетинга включает в себя:**

- а) управления предприятием;
- б) *совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);*



- в) выбор условий реализации;
- г) ваш вариант ответа

**17. 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.

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

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

**19. 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.

**20. Каналы распределения выполняют следующие функции:**

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

**21. Какой из подходов не относится к известным школам в управлении?**

- а) научное управление
- б) административное управление
- в) *новая экономическая политика*
- г) человеческие отношения

**22. Линейная организация управления позволяет сформулировать управленческую структуру, которая является: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(стабильной и прочной)*

**23. Почему именно США стали родиной современного управления?**

- а) *отсутствие проблем с происхождением, национальностью*
- б) поддержка идеи образования для всех, огромный рынок рабочей силы
- с) образование монополий
- д) все перечисленное

**24. Ключевым фактором в любой модели управления являются: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(люди)*

**25. Целью классической школы управления было создание**

Правильный ответ: *(универсального принципа управления)*

**26. «Отцом научного управления» часто называют:**

- a) А. Файоля – он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования
- b) Фрэнк и Лилиан Гильбертов – они выделили семнадцать основных микродвижений рабочих, назвав их терблигами; а также они разработали метод анализа микродвижений, в основу которого была положена кинограмма движений рабочего
- c) Ф. Тейлора – он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и изучения его трудовых движений
- d) Г. Ганта – он создал график, который позволял планировать, распределять и проверять работу. Этот график явился предшественником системы сетевого планирования ПЕРТ, в которой сейчас используют ЭВМ. Он же знаменит своей системой материального стимулирования за выполненное задание

**27. Какая из перечисленных теорий мотивации не относится к содержательным теориям:**

- a) теория Абрахама Маслоу
- b) модель Портера Лоулера
- c) теория Фредерика Герцберга
- d) теория Макклеланда

**28. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это:**

Правильный ответ: *(внешняя мотивация)*

**29. В теории управленческих решений под термином «проблема» понимается противоречие в ситуации, \_\_\_\_\_ которого приблизит ситуацию к поставленной цели**

Правильный ответ: *(разрешение)*

**30. При необходимости принять рациональное управленческое решение Вы...**

- a) будете руководствоваться «здравым смыслом» и прошлым опытом действий в аналогичных ситуациях
- b) примете решение, исходя из рассуждений, основанных на собственном опыте
- c) определите симптомы, ограничения и критерии оптимальности, по которым сравните различные альтернативным
- d) взвесите положительные и отрицательные последствия по каждому варианту действий и выберете наилучшую

**31. Тип лидеров, которые стремятся разрабатывать собственную теоретическую концепцию, собственное видение развития группы, воздействуют на последователей силой интеллекта: \_\_\_\_\_.**

Правильный ответ: *(теоретики)*

**32. Склонен к самодраматизации (демонстративности), страстно желает привлекать к себе внимание; его самооценка зависит от того, насколько он нравится другим; он внушаем, поэтому невозможно ждать от него последовательного проведения какой-либо идеи; ему трудно концентрироваться на деталях и фактах, сложно фокусировать внимание на конкретных проблемах; в общении с другими проявляет себя как**

**«политикан» и «торговец»:**

- а) «отличник» (компульсивный стиль)
- б) «артист» (демонстративный стиль)
- в) «сподвижник» (депрессивный стиль)

**33. Убеждение последователей о власти лидера, присутствующее в их сознании, – это \_\_\_\_\_ лидера:**

Правильный ответ: (*легитимность*)

**34. Лидер, который быстро реагирует на насущные требования, сформулированные его последователями, способен эффективно действовать в экстремальных условиях, быстро принимать решения, адекватно реагировать на ситуацию:**

- а) «патриарх»
- б) «служитель»
- в) «пожарный»

**35. Руководитель, который высоко ориентирован на отношения и низко ориентирован на задачи в ситуации, не допускающей такого поведения, что делает его менее эффективным; он главным образом заинтересован в гармонии:**

- а) миссионер
- б) дезертир
- в) бюрократ

**36. Лидер, который задает тон в решении групповых проблем, — это лидер:**

- а) инициатор
- б) эрудит
- в) организатор

**37. Кто является основоположником маркетинга:**

- а) Альфред Ньюман
- б) Клейтон Кристенсен
- в) Филип Котлер

**38. Технологическая эффективность управленческих решений выражается в достижении таких целей, как...**

*Выберите несколько вариантов ответов*

- а) снижение значимости влияния фактора моды
- б) рост социальной защищенности населения
- с) повышение пропускающей способности оборудования
- д) рост автоматизации производства

**39. Какова важнейшая функция управления?**

- а) получение максимальной прибыли
- б) создавать условия для дальнейшего успешного функционирования предприятия
- с) минимизация налоговых платежей
- д) завоевывание новых рынков сбыта

**40. Какой смысл вкладывается в слово «риск» при принятии решений?**

- а) степень значимости проблемы для общей деятельности фирмы
- б) степень влияния неправильно решенной проблемы на служебное положение руководителя
- с) уровень определенности, с которой можно прогнозировать результат
- д) уровень превышения своих полномочий

### **Критерии оценки**

Оценка за задание «Тестирование» определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы. **Один верный ответ равен 0,25 баллу.**

## **3.2 Примерные задания для проведения текущего контроля**

### **Примерные практические задания:**

**Задание 1.** Для менеджмента личность руководителя как объект и субъект управления важна с точки зрения поведения его на работе, общения с сотрудниками, отношения к делу, способностей, опыта, честности и других черт характера.

1. Основываясь на теоретических положениях, определите, какие из черт характера наиболее предпочтительны для:

- а) коммерческого директора;
- б) начальника отдела маркетинга и рекламы;
- в) заведующего отделом (секцией);
- г) менеджера по закупкам –товароведа.

2. Составьте «портрет» менеджера XXIвека.

**Задание 2.** Определить, какие из перечисленных ниже целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными?

1. Увеличить долю фирмы на рынке с 5 до10%.
2. Обеспечить рост доходов на5%.
3. Обеспечить повышение качествапродукции.
4. Добиться ежегодного увеличения объема продаж с 1 до 2 млрд руб. за 5лет.
5. Раз в полтора-два года выходить на новыйрынок.
6. Достигнуть 20%-ного уровня доходов по акциям.
7. Добиться повышения ценыакций.
6. Повысить репутацию фирмы среди клиентов.
9. Повысить конкурентоспособностьфирмы.
10. Добиться 100%-ного уровня удовлетворения запросовклиентов.
11. Расширить номенклатурупродукции.

**Задание 3.** Рассмотрите ситуацию и выберите вариант управленческого решения. Обоснуйте свой выбор. Ситуации для принятия управленческих решений

Ситуация 1. Когда вам случается быть как представителю администрации на презентации фирмы или произведения искусства, к чему вы более склонны: А. Вести разговоры на темы, близкие вам (особенно по профессии), вашим интересам в искусстве, литературе, спорте. Б. Выяснить взаимоотношения по спорным или принципиальным вопросам, чтобы отстоять свою личную точку зрения. В. Не выделяться, поддерживать общую тему разговора, разделять общее приподнятое, непринужденное настроение в компании. Г. Постараться быть оригинальным, совершая нестандартные поступки.

**Задание 4.** Между двумя Вашими подчиненными возник межличностный конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к Вам с просьбой, чтобы Вы разобрались в создавшейся ситуации и поддержали его позицию. Обоснуйте свой вариант поведения вконфликте.

**Задание 5.** Вам предложено заполнить анкету, посвященную преимуществам самоменеджмента. Какие из этих преимуществ наиболее важные и какие в наибольшей степени оказывают влияние на формирование жизненной цели менеджера? Что Вы запишете в качестве определения в графу «Организованность»? Свой ответ аргументируйте.

**Задание 6.** Менеджмент – это не только управление людьми, но и самим временем. Знаменитая формула Б. Франклина «время-деньги» на многие десятилетия стала девизом рыночного хозяйствования и предприимчивости. В науке это нашло отражение в понятии «социальное время». Задание. Истокуйте понятие «социальное время», учитывая его нравственное содержание. Как это цивилизованный подход к измерению времени отразился на Вашей деятельности? Какие требования в этой связи следует предъявлять к деловому общению партнеров?

**Задание 7.** Попробуйте поместить себя в ситуацию морального конфликта и, воспользовавшись наличием свободной воли, сделайте правильный выбор. У вас есть два самых близких друга, которых Вы очень любите и цените. Вдруг Вы узнаете, что один из них, стремясь помочь Вам устроиться на очень желанное для Вас место работы, предал другого (который тоже претендовал на это место), сообщив о нем в новую фирму дискредитирующую ложную информацию. Работу предложили Вам. Друг, кандидатуру которого отвергли, не знает о подоплеке этого дела. О Вашей осведомленности не знает и тот Вам друг, который способствовал Вашему назначению на должность.

Задание. Как Вы себя поведете в подобной ситуации? Постарайтесь проанализировать свою мотивацию и те затруднения, которые Вы могли бы испытывать в процессе принятия решения. Может ли отразиться, на Ваш взгляд, подобная ситуация на деловом общении участвующих лиц?

**Задание 8.** В Ваш «дружный» коллектив приходит «новичок». Он считается прекрасным специалистом и его качества соответствуют большинству наилучших качеств менеджера. С течением времени это подтверждается, но выясняется, что при выполнении срочных заданий, требующих высокой организованности и пунктуальности, качество его работы снижается. Вы приглашаете его на беседу и говорите: ...

**Задание 9.** Ситуация № 3 Приняв на работу менеджера, Вы надеялись на более эффективную работу, но в результате разочарованы, так как он не соответствует одному из важнейших качеств менеджера – самодисциплине. Он не обязателен, не собран, не умеет отказывать. Но тем не менее, он отличный профессионал в своей деятельности. Как Вы разрешите данную ситуацию?

**Задание 10.** Ситуация № 4 Вам предложено заполнить анкету, посвященную преимуществам самоменеджмента. Какие из этих преимуществ наиболее важные и какие в наибольшей степени оказывают влияние на формирование жизненной цели менеджера? Что Вы запишете в качестве определения в графу «Организованность»? Свой ответ аргументируйте.

**Задание 11.** Определить конкурентоспособность гражданских самолетов, характеристики которых представлены в таблице. Сделать вывод о наиболее конкурентоспособном самолете на основании расчета коэффициентов конкурентоспособности каждого из них (в сравнении с самолетом-аналогом).

**Задание 12.** Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5%. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

**Задание 13.** Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

**Задание14.** Автомобильная фирма зарегистрировала в последние месяцы значительный спад оборота, хотя цены остались на прежнем уровне, а затраты на рекламу были увеличены. Как руководитель отдела маркетинга предложите и опишите схему анализа маркетинговой среды в сфере действия фирмы.

**Задание15.** Плановый отдел представил отделу маркетинга следующие данные об издержках производства продукции в точке безубыточности (см. табл.). Сотрудники отдела маркетинга, исходя из вложившейся ситуации на рынке и реализуемых инструментов продвижения товара, рассчитывают получить целевую прибыль в размере 300000 руб. заполните пустые строчки таблицы. Каков будет объем продаж в натуральных показателях? Каковы достоинства и недостатки метода «получения целевой прибыли»?

**Задание16.** Томская швейная фабрика «Весна», специализирующаяся на выпуске брюк, костюмов и платьев, имеет разную рентабельность продаж по каждому из перечисленных товаров.

На основе данных таблицы определите, какую продукцию необходимо рекламировать в большой степени. Менеджер фирмы по рекламе решил большую часть рекламного бюджета направить на финансирование рекламы платьев. Прав ли он? Ответы обосновать. Составьте рекламный бюджет по направлениям расходования средств.

**Задание 17.** Проанализировать сбытовую политику предприятия методом ABC-анализа и сделать выводы о целесообразности реализации отдельных продуктов в программе предприятия. В качестве критериев ранжирования использовать: удельный вес реализуемой продукции в денежном выражении; долю в объеме затрат; долю в прибыли.

**Задание 18.** Определите, выгодно ли предприятию снизить цену товара на 100 руб., если текущая цена товара 2600 руб., планируемый объем продаж 1,2 млн. единиц. Показатель эластичности спроса – 1,5. Конкуренты также снизят цены.

**Задание 19.** Оцените ситуацию и примите решение: усовершенствовать организационную структуру управления маркетингом или упразднить, передав ее основные функции консалтинговым компаниям.

**Задача 20.** Динамика объема продаж кофемолок за последние пять месяцев представлена в таблице (см. файл). Сделать прогноз продаж на сентябрь.

### Критерии оценки

	<b>Критерии оценки к практическому заданию</b>	Баллы за критерии оценки
		<b>Максимальный балл – 5 баллов</b>
1	Верно и полно даны ответы на все поставленные вопросы. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	5,0
2	Верно, но не полно даны ответы на все поставленные вопросы. Ответы в целом верны. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	2,5

3	Верно и полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет ошибок, ситуационная задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения ситуационной проблемы.	1,25
4	Верно, но не полно дан ответ на 1 вопрос В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но ситуационная задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. Проблема ситуационной задачи выявлена, решение соответствует условиям ситуационной задачи.	0,6
5	Отсутствует окончательный вариант решения ситуационной задачи. Решение неверное или отсутствует.	0
	<b>ИТОГО</b>	<b>5</b>