**ОП 07 «Основы экономики, менеджмента, маркетинга»**

**Инструкция!!! Уважаемые студенты группы 3-22(с)! Выполненные задания отправлять на эл. почту** **o.xristolyubova@mail.ru** **или фото/файл в «WhatsApp» 89502089522 до 8.00 следующего дня (29.09.20).**

**ВО ИЗБЕЖАНИЕ ПУТАНИЦЫ, ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОДПИСЫВАТЬ ФИО**

**Вам необходимо выполнить дифференцированный зачет**

**Дифференцированный зачет по ОП 07 «Основы экономики, менеджмента, маркетинга»**

Время выполнения тестового задания – 90 минут.

Тест содержит 3 раздела: раздел «Основы экономики», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Тестовые задания разбиты на блоки: открытые вопросы (выбор одного правильного ответа), полный ответ на вопрос, вопросы, где необходимо дополнить предложение, вопросы на установление соответствия.

**Тестовые задания по разделу «Основы экономики»**

**Блок 1. Необходимо выбрать один правильный ответ**

**1. Что из перечисленного изучает микроэкономика?**
а) Национальную экономику, как целостную систему;
б) Производство в масштабе всей страны;
в) Изменение общего уровня цен;
г) Численность безработных в стране;
д) Производство зерна и динамику его цены;
е) Ничего из перечисленного.

**2. Экономическая теория изучает:**
а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал;
б) Производство и обмен товарами;
в) Цены, занятость, доходы.
г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов;
д) Материальные и духовные потребности.

**3. Кривая производственных возможностей показывает:**
а) Лучшую из возможных комбинаций двух товаров;
б) Полное использование ресурсов для производства двух товаров;
в) Альтернативные издержки на производство товаров;
г) Точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить;
д) Альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном использовании данного количества

**4. Укажите, какая экономическая школа из ниже указанных считала предметом своей науки богатство страны:**
а) классическая экономическая теория;
б) физиократы;
в) меркантилизм;
г) все вышеперечисленное.

**5. Товарное хозяйство - это:**
а) хозяйство с большим объемом производимых товаров:
б) производство товаров и услуг для продажи:
в) изготовления качественных продуктов для внутренних нужд производителя;
г) хозяйство, в котором применяются современные машины и оборудование;
д) все предыдущие ответы верны.

**6. Собственность, как экономическая категория - это:**
а) принадлежность объекта субъекту, право пользования объектом;
б) право владения, распоряжения, пользования в совокупности;
в) совокупность экономических отношений, связанных с присвоением условий производства и его результатов;
г) нечего из перечисленного.

**7. Чего, скорее всего, нет в командной экономике:**
а) Планирования от достигнутого;
б) Несправедливого распределения благ;
в) Назначаемых чиновниками цен;
г) Ориентации производителей в основном на платежеспособный спрос;
д) Все предыдущие ответы неверны.

**8.** **Укажите фазу движения продукта, в процессе осуществления которой он идет на удовлетворение потребностей людей:**

а) потребление

б) обмен

в) производство

г) распределение

**9. Решение проблемы «что производить» в рыночной экономике зависит от:**
а) уровня специализации производителей и их кооперации друг с другом;
б) размеров государственного финансирования отраслей народного хозяйства;
в) развития конкурентных рынков;
г) от динамики и объема потребительского спроса.

**10. Установите последовательность определения валовой прибыли:**

а). выручка

б). НДС

в). валовая прибыль

г). себестоимость

д). минус

ж). минус

з). равно

**11**. **Среди указанных ниже факторов отметьте те, которые не вызывают сдвига кривой спроса:**
а) размеры доходов потребителей;
б) возраст потребителей;
в) вкусы и предложения покупателей;
г) повышение цены на товар;
д) падение цен на товарные - субституты.

**12. Какое из следующих утверждений относится к характеристике эластичного предложения:**
а) кривая предложения представляет собой вертикальную линию;
б) коэффициент ценовой эластичности предложения равен 0,75;
в) рост цены на 1 % приводит к увеличению величины предложения на 2 %;
г) любое изменение цены не приводит к изменению объема выручки.

**13. Если потребитель выбирает комбинацию товаров, представленную точкой, лежащей левее бюджетной линии, то он:**
а) максимизирует показатель;
б) не полностью использует свой бюджет;
в) находится в положении потребительского равновесия;
г) желает купить товаров больше, чем позволяет его бюджет;
д) ни один из ответов на является верным.

**Блок 2. Ответьте на вопрос:**

**14. Кривая спроса на товар сдвинулась вправо и вверх. Какие события могли вызвать этот сдвиг?**

**Блок 3. Продолжите предложение**

**15. Рынок как экономическая система представляет…..**

**16. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если….**

**17. Кривая предложения показывает…..**

**18. Эластичность спроса по цене будет выше, если…..**

**Блок 4. Установите соответствие**

**19. Установите соответствие между видами денег и их формулировкой:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Действительные деньги | А. специфический товар максимальной ликвидности, который является универсальным эквивалентом стоимости других товаров или услуг. |
| 2.Знаки стоимости | Б. это форма **денег**, представляют собой неразменные на золото банкноты центральных банков и на их основе — банковские депозиты. |
| 3. Безналичные деньги | В. это деньги номинальная стоимость которых выше реальной т. е. затраченного на их производство общественного труда |
| 4.Кредитные деньги | Г. ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платёж указанной в нем суммы чекодержателю. |
| 5.Чек | Д. это платежи, осуществляемые без использования наличных **денег**, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачетов взаимных требований. |
| 6. Ценная бумага |  |

**20. Установите соответствие между терминами и их определениями**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Бартер | а). экономический товарообмен, сделка, при которой определяется стоимость товаров и осуществляется безвалютный обмен одного товара на другой |
| 2.Торговля | б). отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, направленный на осуществление товарообмена, купли-продажи товаров, а также связанные с этим процессы: непосредственное обслуживание покупателей, доставка товаров, их хранение и подготовка к продаже |
| 3.Розничная торговля | в). продажа товаров конечному потребителю. |
| 4. Оптовая торговля |  |

**Тестовые задания по разделу «Основы менеджмента»**

**Вариант № 1**

**Блок 1. Выберите один правильный ответ**

1. **1.Формальная организация — это организация:**

а) созданная в соответствии с текущим законодательством;

б) имеющая несколько целей;

в) занимающаяся специфическим видом деятельности.

1. **2. К факторам внешней среды прямого воздействия не относится:**

а) государственные органы и законы;

б) потребители конкуренты;

в) научно-технический прогресс и состояние экономики.

1. **3. Принципы управления — это...**

а) виды деятельности, с помощью которых субъект управления воздействует на объект управления;

б) способы воздействия на объект управления для достижения целей;

в) общие правила, определяющие порядок деятельности системы управления и ее элементов.

1. **4. Форма власти, при которой исполнитель верит, что влияющий обладает специальными знаниями, которые позволят удовлетворит потребность:**

а) власть, основанная на принуждении;

б) власть, основанная на вознаграждении;

в) экспертная власть;

г) эталонная власть;

д) законная власть.

**5. Элемент системы, который осуществляет воздействие в виде команды, - это:**

а) объект;

б) субъект;

в) прямая связь.

**6. Горизонтальное разделение труда — это...**

а) разбивка труда на более простые операции;

б) отделение операций по управлению работой от процесса выполнения работы;

в) разделение операций по контролю над какой-либо работой.

1. **Управленческое решение по масштабу воздействия различают:**

а) экономическое;

б) общее и частное;

в) хозяйственно-руководящее.

1. **Форма власти, при которой исполнитель верит, что влияющий имеет право отдавать приказы и распоряжения, а его долг их исполнять:**

а) власть, основанная на принуждении;

б) власть, основанная на вознаграждении;

в) экспертная власть;

г) эталонная власть;

д) законная власть.

**9. Краткосрочный план, разрабатываемый руководителями подразделений и определяющий, как будут достигнуты цели - это:**

а) тактика;

б) политика;

в) стратегия.

**Блок 2. Ответьте на вопрос**

1. Что такое коммуникации в менеджменте?

**Блок 3. Дополните предложение**

1. **Полномочия — это...**
2. **Политика предприятия — это...**
3. **Решения, принимаемые руководителем без обсуждения с коллегами называются….**
4. **14. Структура организации - это:**
5. **Функция мотивации в управлении означает….**
6. **Миссия организации — это...**
7. **Подразделение организации – это….**

**Блок 4. Установите соответствие**

**18. Установите соответствие между видами контроля и их понятиями**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. текущий контроль   | а. осуществляется после того, как работа выполнена. Позволяет: предотвратить поступление брака потребителю; дать руководителю информацию для планирования и организации работ; разработать на перспективу эффективную систему мотивации деятельности работников путем оценки качества выполненной ими работы. |
| 1. 2.заключительный контроль
 | б. его главная задача – проверить готовность организации к началу следующего этапа деятельности (к началу активной работы следующего этапа в развитии организации). Он осуществляется в следующих областях: *за материальными ресурсами*– определение качественных характеристик сырья, материалов…; *за финансовыми ресурсами*– разработка сметы (бюджета) на планируемую работу; *за человеческими ресурсами*– проверка уровня соответствия квалификации, знаний и навыков работников; проверка необходимых условий для осуществления работ, например, технологических инструкций…, проверка учредительных документов; |
| 3.предварительный контроль  | в. осуществляется непосредственно в ходе проведения работ и осуществляется по промежуточным целям с тем, чтобы можно было успеть скорректировать дальнейшую деятельность. Объектом является деятельность подчиненных. Цель – исключить отклонения от намеченных планов и инструкций. Этот вид контроля возможен, когда в системе управления отлажены каналы обратной связи для своевременного полученияинформации о результатах работы; |
| 4. максимальный контроль |  |

1. **19. Установите соответствие внутренней и внешней среды**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Внутренняя среда
 | а) Цели |
| б) Люди |
| в) Структура |
| г) Задачи |
| д) Технология |
| ж) конкуренты |
| з) потребители |
| 1. Внешняя среда
 | и) поставщики |
| к) трудовые ресурсы |
| л) законы и органы |
| м) государственного регулирования и контроля |

**Тестовые задания по разделу «Основы маркетинга»**

 **Вариант 1**

**Блок 1. Выберете один правильный вариант ответа**

1. **Концепция, ориентированная на нужды и потребности клиентов.**

а) концепция маркетинга;

б) концепция совершенствования товара;

в) концепция совершенствования производства.

**2. Товары, обеспечивающие фирме растущий, объем продаж в короткие сроки**

а) «дойные коровы»;

б) «звезды»;

в) «дикие кошки».

**3. Уровень товара, предполагающий основную выгоду или услугу:**

а) товар по замыслу;

б) товар в реальном исполнении;

в) товар с подкреплением.

 **4. Концепция, утверждающая, что потребители будут благосклонны к товарам, предлагающим наивысшее качество и лучшие эксплуатационные свойства:**

а) концепция маркетинга;

б) концепция совершенствования товара;

в) концепция совершенствования производства.

 **5. Товары по новизне подразделяются:**

а) одноразовые;

б) отечественные;

в) серийно выпускаемые.

 **6. Элемент комплекса маркетинга, благодаря которому товар становится доступным для потребителя:**

а) товар;

б) метод распределения;

в) метод стимулирования.

 **7. Этап стратегического планирования, не включенный в процесс:**

а) маркетинговые исследования;

б) программа фирмы;

в) анализ продуктового портфеля.

 **8. Категория товаров, характеризующаяся максимально возможной для организации выгодой и стабильным объемом продаж:**

а) «звезды»;

б) «дойные коровы»;

в) «трудные дети».

**Блок 2. Ответьте на вопрос**

 **9.** Определите вид спроса в ситуации, когда целевые потребители не заинтересованы в товаре или безразличны к нему?

 **10.** Определите вид спроса в ситуации, когда целевые потребители желают совершить покупку, но не могут удовлетворить потребность с помощью существующих на рынке товаров?

1. Стадия жизненного цикла товара, характеризующаяся появлением товаров-конкурентов?

**Блок 3. Дополните предложение**

1. **Деление рынка на четкие группы потребителей — это...**
2. **Стадия жизненного цикла товара, характеризующаяся постепенным удовлетворением спроса и замедлением объема продаж, продолжительностью во времени...**

**Блок 4. Установите соответствие**

1. **Установите соответствие:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1) массовый маркетинг | а). В этом случае продавец производит разграничение между сегментами рынка, выбирает из них один или несколько и разрабатывает товары и комплексы маркетинга в расчете на каждый из отобранных сегментов. Например, фирма «Кока-кола» создала свой напиток «Кока-кола Лайт» для удовлетворения нужд потребителей, заботящихся о диете. |
| 2) целевой маркетинг | б). продавец занимается массовым производством, массовым распределением и массовым стимулированием сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу. В свое время фирма «Кока-кола» выпускала всего один напиток для всего рынка в надежде, что он придется по вкусу всем. Основной довод в пользу массового маркетинга заключается в том, что при подобном подходе должны максимально снизиться издержки производства и цены и сформироваться максимально большой потенциальный рынок. |
| 3) Товарно-дифференцированный маркетинг | в). В этом случае продавец производит два или несколько товаров с разными свойствами, в разном оформлении, разного качества, в разной расфасовке и т. п. Сегодня фирма «Кока-кола» выпускает несколько безалкогольных напитков в разной упаковке разной емкости. Эти товары призваны не столько понравиться различным сегментам рынка, сколько создать разнообразие для покупателей. |
| 4) серийный маркетинг |  |

1. **Установите соответствие:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Реклама в средствах массовой информации | А. рекламное оформление торговых залов;* витрины магазинов (наружные и внутренние);
* вывески, знаки, планшеты в торговом зале;
* витринные стикеры;
* напольные стикеры;
* дисплеи и ТВ-мониторы;
 |
| 2. Наружная реклама | Б. надписи на наружных поверхностях транспортных средств (крыши, борта, двери, будки, стекла);* басорама (рекламная панель с подсветкой на крыше автобуса);
* печатные объявления, размещаемые в салонах транспортных средств;
* реклама на мониторах в транспорте;
* витрины с товарами на вокзалах, в аэропортах и в иных помещениях (на терминалах, станциях).
 |
| 3.Реклама на транспорте | В. щиты с информацией (билборды, брандмауэры, сити-форматы, штендерная реклама, тривижены);* столбы, тумбы, киоски, павильоны, ламбрекены, пилоны, тролы; перетяжки, транспаранты;
* надписи в небе (воздушные шары, дирижабли);
* электрофицированное (или газосветное) панно с неподвижными или бегущими надписями ("бегущая волна");
* пространственные конструкции для размещения плакатов в нескольких плоскостях;
* вывески магазинов;
* реклама на световых экранах (световые и неоновые установки);
* лайтбоксы (рекламные конструкции с подсветкой); свободно стоящие витрины с товарами...
 |
| 4.Реклама на местах продаж | Г. проспекты;* каталоги продукции;
* плакаты;
* листовки;
* открытки;
* календари;
 |
| 5.Печатная реклама | Д. телевизионная реклама (специальные передачи, видеоролики, заставки);* реклама на радио (ролики в рекламных блоках, рекламные передачи, реклама по ходу радиопередач);
* газеты информационные и рекламные (федеральные, местные муниципальные, профессиональные);
* реклама в журналах (специальные рекламные, отраслевые, экономические, и т.п.);
* каталоги, телефонные, отраслевые справочники, бюллетени;
* аудиовизуальные издания (печатные издания с использованием магнитных записей, дисков CD, слайдов и т. п.).
 |
| 6.Сувенирная реклама |  |

**Критерии оценки:**

* + оценка «отлично» выставляется студенту, если студент выполнил 100%-90% тестовых заданий;
	+ оценка «хорошо»- при выполнении 89-71% теста;
	+ оценка «удовлетворительно»- 70-60% ;
	+ оценка «неудовлетворительно» - менее 59% правильных ответов

- оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент не имеет текущей задолженности, самостоятельная работа выполнена в полном объеме, дифференцированный зачет сдан;

* оценка «не удовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет текущую задолженность по предмету, либо не сдан дифференцированный зачет.