

государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Самарской области
«Новокуйбышевский гуманитарно-технологический колледж»

КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по оценке освоения итоговых образовательных результатов учебной
дисциплины «Основы экономики, маркетинга, менеджмента»
программы подготовки специалистов среднего звена
специальности
19.02.10 Технология продукции общественного питания

ОДОБРЕНО
на заседании ПЦК
Председатель ПЦК
Н.В. Баннова

СОГЛАСОВАНО
1-й зам.директора
О.С. Макарова

Разработчик:

ГАПОУ «НГТК» преподаватель Н.Ю. Гуменюк

Рецензенты:

ГАПОУ «НГТК» председатель ПЦК Н.В. Баннова
(место работы) (занимаемая должность) (ФИО)

(место работы) (занимаемая должность) (ФИО)

Дата актуализации	Результат актуализации	Подпись разработчика

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
2. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	5
2.1 ПРЕДМЕТЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
2.2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ	7
3. ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОВЕРКИ	9

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Комплект контрольно-оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших образовательную программу учебной дисциплины «Основы экономики, маркетинга, менеджмента».

КОС включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена.

Нормативными основаниями проведения оценочной процедуры являются требования ФГОС СПО по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2014 г. рег. № 384, рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, маркетинга, менеджмента», Положение о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации утвержденное приказом по ГАПОУ «НГТК» от «09» июля 2016 г. № 178-У.

Обучающийся, завершивший обучение по учебной дисциплине «Основы экономики, маркетинга, менеджмента», должен обладать знаниями и умениями, соответствующими требованиям ФГОС СПО.

Оценочная процедура освоения итоговых образовательных результатов учебной дисциплины проводится, согласно графику учебного процесса, утвержденного директором.

2. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

2.1. Предметы оценивания

В результате освоения учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» обучающийся должен обладать следующими умениями и знаниями, способствующими формированию общих и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС СПО:

Умения

- У 1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- У 2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- У 3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

Знания

- З 1 основные положения экономической теории;
- З 2 принципы рыночной экономики;
- З 3 современное состояние и перспективы развития отрасли;
- З 4 роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- З 5 механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- З 6 формы оплаты труда;
- З 7 стили управления, виды коммуникации;
- З 8 принципы делового общения в коллективе управленческий цикл; систему методов управления; стили управления, коммуникации,
- З 9 особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства.
- З 10 сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом
- З 11 формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

2.2 Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

Комплект контрольно-оценочных средств, предназначен для оценки освоения итоговых образовательных результатов учебной дисциплины «Основы экономики, маркетинга, менеджмента».

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	
Умения		
У 1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	-правильность расчета основных технико-экономических показателей деятельности организации в соответствии с требованиями бухгалтерского учета;	Результаты выполнения практических заданий, тематических заданий, ситуационных задач, тестов и самостоятельной работы.
У 2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	-точность использования основных приемов интерактивного взаимодействия партнеров, средств передачи информации, механизмов воздействия в общении;	
У 3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	-правильность анализа ситуации на рынке товаров и услуг	
Знания		
З 1 основные положения экономической теории;	-правильность определения экономики	Результаты выполнения практических заданий, тематических заданий, ситуационных задач, тестов и самостоятельной работы.
З 2 принципы рыночной экономики;	-глубина раскрытия основных экономических проблем - полнота знаний основных потребностей общества.	
З 3 современное состояние и перспективы развития отрасли;	-полнота характеристики производства, факторов производства, фаз воспроизводства; - глубина раскрытия ограниченности ресурсов, проблем экономического выбора;	
З 4 роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной	-полнота характеристики современного состояния и перспектив развития отрасли -полнота характеристики организации как	

<p>экономике; 3 5 механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</p> <p>3 6 формы оплаты труда;</p> <p>3 7 стили управления, виды коммуникации;</p> <p>3 8 принципы делового общения в коллективе управленческий цикл;</p> <p>3 9 особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;</p> <p>3 10 сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом</p> <p>3 11 формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</p>	<p>хозяйствующего субъекта рыночной экономики</p> <ul style="list-style-type: none"> - полнота характеристики свойств товара; - глубина раскрытия рыночного спроса и предложения, механизма рыночного ценообразования, рыночной конкуренции - правильность формулирования сущности и функций цены <p>полнота знаний классификации цен на товары и услуги;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность определения состава и структуры цены - глубина раскрытия методики расчета оптовой и розничной цены на продукцию; -глубина раскрытия сущности заработной платы, основных форм и систем оплаты труда <p>-полнота характеристики стилей управления и основных видов коммуникации</p> <p>-глубина раскрытия структуры коммуникационного процесса, психологических закономерностей делового общения, сущности формальных и неформальных коммуникаций, этики делового общения</p> <ul style="list-style-type: none"> - полнота знаний организации работы по управлению предприятием сельскохозяйственной отрасли; - правильность формулирования сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга <ul style="list-style-type: none"> - полнота характеристики формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации 	
---	--	--

3. ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОВЕРКИ

3.1. Инструментарий проверки к дифференцированному зачету

Инструментарий проверки содержит:

- Теоретические вопросы к экзамену. Экзаменационный билет формируется из двух вопросов.

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.
2. Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.
3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины
4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.
5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.
6. Основные факторы внешней среды организации и их взаимосвязь
7. Основные факторы внутренней среды организации.
8. Характеристика внутренних ситуационных переменных организации
9. Сущность и понятие организационной структуры управления
10. Основы проектирования организационных структур управления. Этапы процесса проектирования организации.
11. Характеристика линейной и линейно-штабной структуры
12. Функциональная и дивизионная структуры управления
13. Матричная структура управления
14. Понятие и виды коммуникаций в менеджменте.
15. Основные этапы коммуникационного процесса.
16. Методы преодоления коммуникационных барьеров.
17. Понятие и типы коммуникационных сетей.
18. Сущность и виды управленческих решений.
19. Основные стадии и этапы принятия и реализации управленческих решений
20. Модели поведения руководителя при принятии управленческих решений.
21. Методы принятия управленческих решений
22. Характеристика стилей управления.
23. Требования, предъявляемые к менеджеру.
24. Понятие и источники организационных конфликтов. Методы разрешения конфликтов.
25. Понятие стратегического менеджмента, его цели, задачи и функции. Процесс стратегического планирования.
26. Определение понятия маркетинг, его цели, задачи и функции.
27. Основные категории маркетинга.
28. Эволюция маркетинга как научной дисциплины. Концепции маркетинга.
29. Рынок в системе маркетинга, его виды и принципы функционирования.
30. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.
31. Виды спроса и задачи маркетинга

32. Понятие сегментации и ее роль в деятельности предприятия. Основные принципы сегментации потребительского рынка.
33. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.
34. Позиционирование товара на рынке.
35. Сущность и виды маркетинговых исследований.
36. Понятие и методы сбора маркетинговой информации.
37. Программа маркетингового исследования и ее составные части.
38. Понятие комплекса маркетинга. Комплекс «4Р» и «7Р».
39. Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров.
40. Процесс разработки новых товаров.
41. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ). Разновидности кривых ЖЦТ.
42. Товарный ассортимент и номенклатура продукции.
43. Политика ценообразования предприятия.
44. Факторы, воздействующие на установление цены.
45. Методы ценообразования.
46. Стратегии ценообразования.
47. Понятие и сущность распределения и процесса товародвижения. Процесс разработки сбытовой политики.
48. Каналы распределения: их виды и функции.
49. Коммуникационная политика и ее составляющие
50. Методы продвижения товаров.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Предметом оценки являются умения и знания. Контроль и оценка осуществляются с использованием следующих критериев:

Оценка «отлично»:

Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются знания статистической методологии. Соблюдаются нормы литературной речи. Оценка "отлично" выставляется только при полных ответах на все основные и дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо»:

Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. Оценка "хорошо" ставится студенту за правильные ответы на вопросы билета, знание основных характеристик раскрываемых категорий в рамках рекомендованного учебниками и положений, данных на лекциях.

Оценка «удовлетворительно»:

Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи. Оценка "удовлетворительно" предполагает краткий ответ на поставленные вопросы,

приводимые формулировки являются недостаточно четкими, нечеткими, в ответах допускаются неточности.

Оценка «неудовлетворительно»:

Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний. Имеются заметные нарушения норм литературной речи. Оценка "**неудовлетворительно**" предполагает, что студент не разобрался с основными вопросами изученных в процессе обучения, не понимает сущности процессов и явлений, не может ответить на простые вопросы. Оценка "**неудовлетворительно**" ставится также студенту, списавшему ответы на вопросы и читающему эти ответы экзаменатору, не отрываясь от текста, а просьба объяснить или уточнить прочитанный таким образом материал по существу остается без ответа.