

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

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

## **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	
<b>Умения</b>		
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	
<b>Знания</b>		
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"> <li>- полнота характеристики свойств товара;</li> <li>- глубина раскрытия рыночного спроса и предложения, механизма рыночного ценообразования, рыночной конкуренции</li> <li>- правильность формулирования сущности и функций цены</li> </ul> <p>полнота знаний классификации цен на товары и услуги;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность определения состава и структуры цены</li> <li>- глубина раскрытия методики расчета оптовой и розничной цены на продукцию;</li> <li>-глубина раскрытия сущности заработной платы, основных форм и систем оплаты труда</li> </ul> <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"> <li>- полнота знаний организации работы по управлению предприятием сельскохозяйственной отрасли;</li> <li>- правильность формулирования сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота характеристики формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</li> </ul>	
---	--	--

### **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.