

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Кубанский государственный аграрный университет  
имени И. Т. Трубилина»**

**Факультет плодоводства и виноградарства**

**Кафедра менеджмента**

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**Методические указания**

**к проведению самостоятельной, контрольной и практической работы  
для обучающихся по направлениям подготовки  
35.03.03 «Агрохимия», 35.03.04 «Агрономия», 35.03.05 «Садоводство»**

**Краснодар  
КубГАУ  
2020**

*Составитель:* Н. Н. Серая

**Менеджмент и маркетинг** : метод. указания к проведению самостоятельной, контрольной и практической работы для обучающихся / сост. Н. Н. Серая. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 93 с.

Методические указания включают перечень заданий для выполнения самостоятельной работы: темы докладов, рефератов; представлены задания и рекомендации по выполнению контрольных работ; контрольные задания по дисциплине, вопросы к зачету. Приведен перечень основной и дополнительной литературы.

Предназначены для бакалавров по направлениям подготовки : 35.03.03 «Агрехимия», 35.03.04 «Агрономия», 35.03.05 «Садоводство»

Рассмотрены и одобрены методической комиссией факультета плодоеовощеводства и виноградарства Кубанского государственного аграрного университета, протокол № 5 от 21.01.2020.

Председатель  
методической комиссии

С.С. Чумаков

© Серая Н. Н., составление, 2020

© ФГБОУ ВО «Кубанский  
государственный аграрный  
университет имени  
И. Т. Трубилина», 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1 ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	5
2 ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.....	18
3 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	54
4 ВЫБОР ВАРИАНТА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	55
5 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	56
6 ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ .....	59
7 ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	76
8 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ .....	87
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	92

## ВВЕДЕНИЕ

«Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО обучающихся по направлениям подготовки 35.03.03 «Агрохимия», 35.03.04 «Агрономия», 35.03.05 «Садоводство»

Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является формирование комплекса знаний о роли и месте менеджмента и маркетинга в современной экономической системе, предпринимательской деятельности, планировании и управлении бизнесом; научить студентов увязывать анализ и принятие решений по управлению предприятием со всеми параметрами и факторами рынка.

Задачи:

- получение знаний об оптимальных способах принятия управленческих решений, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы маркетинговых исследований и стимулирования сбыта в области менеджмента и маркетинга.

- формирование умений применять стиль мышления, ориентированный на выявление и лучшее удовлетворение запросов потребителей; проектировать схемы управления предприятиями; проводить маркетинговые исследования рынка;

- выработка навыков разработки направлений и применения наиболее рациональных методов и принципов менеджмента и маркетинга, способствующих повышению эффективности деятельности предприятия.

# 1 ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

## **ТЕМА 1 Сущность и развитие менеджмента и маркетинга**

1. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
2. Эволюция менеджмента.
3. Регулирование и контроль в системе менеджмента.
4. Эффективность менеджмента.
5. Факторы повышения эффективности менеджмента

## **ТЕМА 2 Основы управления предприятием.**

1. Менеджмент как система.  
Элементы менеджмента и их взаимосвязь.
2. Основные характеристики предприятия с учетом его отраслевой принадлежности.
3. Влияние внешней и внутренней среды на результативность работы предприятия.
4. Построение организации. Организационные отношения в системе менеджмента.
5. Развитие структуры управления в условиях рыночной экономики и их особенности.

## **ТЕМА 3 Менеджмент человеческих ресурсов. Организация труда руководителя.**

1. Методы управления и этика менеджмента. Классификация методов управления.
2. Роль социально-психологических методов в управлении персоналом.
3. Методы управления, их взаимосвязи и взаимодействие при решении управленческих задач.
4. Стили руководства. Мотивация деятельности в менеджменте.

5. Конфликтность в менеджменте. Анализ и разрешение конфликтных ситуаций.

6. Культура менеджмента и этика управления.

**Тематика рефератов для выполнения самостоятельной контролируемой работы:**

1. Технология разработки и принятия управленческих решений.

2. Классификация управленческих решений. Этапы подготовки и принятия управленческих решений.

3. Разработка и выбор управленческих решений. Моделирование ситуаций и разработка алгоритма решения управленческих проблем.

4. Коммуникации в управлении.

5. Классификация товаров. Конкурентоспособность товара.

6. Классификационные,

7. конструктивные, нормативные, эргономические, эстетические, экономические параметры конкурентоспособности.

8. Законы рынка и «вечный товар».

9. Характеристики жизненного цикла товара — объем продаж и размер прибыли.

10. Проектирование оптимального жизненного цикла товара.

11. Матрица БКГ для оценки рыночных позиций товаров

**Темы докладов**

**ТЕМА 5 Маркетинг и его роль в системе управления предприятием.**

**Процесс, функции, виды и типы маркетинга.**

1. Маркетинговые исследования и информация.

2. Сущность, задачи и методы маркетинговых исследований.

3. Товар в маркетинговой деятельности. Комплексное исследование товарного рынка.

4. Сегментация рынка. Позиционирование товара.
5. Емкость рынка продукции пищевой промышленности.

### **ТЕМА 7 Распределение товара и стимулирование сбыта.**

1. Товарная политика. Цены и ценовая политика.  
Формирование товарной политики и рыночной стратегии.
2. Формирование концепции и стратегии товарной политики с целью повышения конкурентоспособности.
3. Продуктовая программа предприятия и торговый ассортимент.
4. Диверсификация. Процесс проникновения товара на рынок.
5. Цена товара и методы ее формирования. Ценовая стратегия предприятия. Виды цен.

### **ТЕМА 8 Организация деятельности маркетинговой службы.**

1. Распределение товара и стимулирование сбыта.
2. Товародвижение и сбыт. Выбор каналов распределения.
3. Продвижение товара. Средства стимулирования сбыта. Роль рекламы в формировании спроса и стимулирования сбыта.
4. Маркетинговые коммуникации. Методы распространения рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. ФОССТИС.
5. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность стимулирования сбыта.

### **Рекомендуемая тематика эссе:**

*Эссе по теме 1:*

1. Образ современного менеджера.
2. Менеджмент – это наука или искусство?
3. Великие мыслители о роли и значении управления.
4. Каким я вижу обучение по специальности?
5. Чему я хочу научиться в университете?

*Эссе по теме 2:*

1. Основные изобретения, повлиявшие на развитие менеджмента и промышленности в XVIII - XIX вв.
2. Основные предпосылки возникновения первых научных теорий управления в США.
3. Эволюция идеи и методов массового производства на протяжении XX века.
4. Опыт управления известных зарубежных менеджеров.
5. Задачи менеджмента в XXI в.

*Эссе по теме 3:*

1. Проблемы формирования стратегического плана в условиях неопределенности внешней среды.
2. Контролирующая функция менеджмента: проблема соотношения самостоятельности работника и контроля со стороны начальства.
3. Собственники и менеджеры: проблемы «управленческой революции» сегодня.
4. Особенности управления современными предприятиями в сфере торговли и услуг.
5. Особенности формирования управленческого звена в России.

*Эссе по теме 4:*

1. Повышение эффективности процесса выработки и принятия управленческого решения.
2. Проблемы организации выработки коллегиального решения.
3. Проблемы организации выработки коллективного решения.
4. Проблемы организации выработки неформального решения.
5. Особенности метода Дельфи.

### *Эссе по теме 5:*

1. Неформальные коммуникации в организации и управление ими.
2. Какое влияние на людей оказывают различные виды улыбок?
3. Каковы особенности применения кинесики в России и за рубежом?
4. Каковы особенности применения проксемики в России и за рубежом?
5. Каковы особенности применения параязыка в России и за рубежом?

### **Кейс-задания**

#### **Кейс №1**

*Описание ситуации:* Ю. Малевин работает в ООО «Три кита» с 2009 г. в должности техника-технолога холодильного оборудования. За время работы его три раза отмечали за высокое качество работы и регулярно выплачивали премии по итогам года. Однако за последний год отношения Ю. Малевина с коллегами стали натянутыми. Он вообще никогда не был особенно разговорчивым, но сейчас потребовал от коллег держаться подальше от его рабочего места. Ю. Малевин дал понять, что у него пропадают инструменты, и он хочет обезопасить свое рабочее место. Ухудшилось и качество его работы. Примерно год назад производимые им аппараты оценивались как полностью бездефектная продукция. В настоящее время при выборочном контроле оказалось, что его изделия требуют переделки в трех случаях из ста. Таким образом, уровень брака в его работе вырос с нулевого до 3 %. У его коллег брак не превышает 1,5 %.

#### Таблица 1. Оценка причин поведения

Причины поведения	11	22	33	44	55	66	77
	маловероятно, очень вероятно						
1. Низкая мотивация	11	22	33	44	55	66	77
2. Недостаточная самостоятельность	11	22	33	44	55	66	77
3. Проблемы со здоровьем	11	22	33	44	55	66	77
4. Семейные проблемы	11	22	33	44	55	66	77
5. Плохое руководство	11	22	33	44	55	66	77
6. Отсутствие перспективного роста	11	22	33	44	55	66	77
7. Другие причины	11	22	33	44	55	66	77

Поведение Ю. Малевина вызвало беспокойство у руководителей подразделения. Хороший работник превратился в середняка. Что могло стать причиной изменения поведения Ю. Малевина?

Используя табл. 1. выберите из списка возможные причины изменения поведения, оцените их по 7-балльной шкале и прокомментируйте свои оценки.

Прокомментируйте каждую из своих оценок.

Что можно предпринять менеджеру? Заполните таблицу 2.

Таблица 2. Способы воздействия для изменения поведения

Варианты действия	Да	Нет	Почему?
1. Перевести Малевина на другую работу			
2. Уволить Малевина			
3. Поговорить с Малевиним			
4. Отстранить Малевина от работы, сообщив ему о своей озабоченности			
5. Спросить коллег Малевина, как они объясняют причины ухудшения его работы			
6. Оставить все как есть еще на 6 месяцев			
7. Проанализировать свое поведение как менеджера			

8. Повысить Малевина, т.к. он работает в нынешней должности уже 6 лет			
9. Другие варианты			

Постановка задачи: На основании анализа ситуации проанализировать причины изменения поведения Ю. Малевина. Разработать способы воздействия на Малевина для изменения его поведения. Заполните таблицу «Оценка причин поведения».

## Кейс № 2

*Описание ситуации:* Вы являетесь Управляющим пяти АЗС компании «Лесной город» в городе N. Одной из Ваших АЗС является «Зеленый Кедр». У нее максимальная проходимость среди других Ваших АЗС. В связи с этим нагрузка на персонал достаточно большая. Если заправщики у Вас еще удерживаются, так как суммарно получают хорошие чаевые, то текучка кассиров у Вас достаточно высокая. Так что перед Вами стоит задача поиска и оценки кандидата на должность кассира, поскольку их Вам не хватает. Ситуация еще осложняется тем, что АЗС «Зеленый Кедр» имеет мини-маркет с открытой выкладкой, так что задач у кассиров много, а чаевые они не получают. К тому же и функционал у кассиров шире, чем в других топливных компаниях, поэтому найти хорошего кандидата бывает трудно.

В функциональные обязанности кассиров компании «Лесной город» входит:

- Обслуживание клиентов на кассе;
- Приемка товаров;
- Контроль сроков годности товаров;
- Участие в проведении инвентаризации товара;
- Выполнение плана продаж по промо продукции;
- Уборка помещений (полы, полки, туалет и т.д.).

Условия работы: график 2/2 месяц в день с 9 до 21, месяц в ночь с 21 до 9 (по договоренности с управляющим АЗС можно только в день или только ночь). Вам как управляющему удобнее, чтобы кассир мог выходить как в день, так и в ночь.

Задача: Подумайте, пожалуйста, и напишите профиль кандидата на вакансию кассира на АЗС «Зеленый Кедр» в компании «Лесной город». Какими характеристиками и компетенциями (знаниями, навыками, особенностями личности он должен обладать), чтобы успешно работать кассиром на Вашей АЗС

### **Кейс № 3** Функции управления

Описание ситуации: Продавец Петрова А.К. работает в отделе один год. За время работы ей удалось в достаточной мере освоить ассортимент отдела, установить доброжелательные отношения с коллективом сотрудников. По характеру: спокойная, уравновешенная. К работе относится ответственно, проявляет желание работать в магазине. Однако в общении с покупателями инициативы не проявляет. Реагирует на вопросы, просьбы о помощи в выборе товара, доброжелательная, но старается свести это общение к минимуму. С большей увлеченностью занимается расстановкой товара, поддержанием чистоты и порядка в торговом зале, в связи, с чем потенциальные покупатели часто остаются без внимания продавца и уходят.

Постановка задачи: продумайте и составьте мотивационную беседу с сотрудником Петровой А.К. на проявление инициативы в общении с покупателями.

### **Кейс № 4** Мотивация и стимулирование в управлении

Описание ситуации: Провизор Васильева Н.Н. работает в аптеке давно. Прекрасно разбирается в ассортименте, активна в общении с покупателями. Наиболее часто занимает позицию «советчика». Имеет свое представление о

том, какие препараты предпочтительны для детей, настаивает на своем мнении, оценивает выбор покупателя.

Задание: продумайте и составьте мотивационную беседу с сотрудником Васильевой Н.Н. на реализацию основной своей функции – продавать товар исходя из запросов покупателя.

### **Кейс № 5 Управление конфликтами**

#### *Описание ситуации:*

Компания «Ориа», занимающаяся реализацией драгоценных украшений, активно расширяет сеть своих салонов. Восьмой салон через месяц открывается в провинциальном городе Арзамас. Это отдельно стоящее одноэтажное здание с благоустройством и минипарковкой. Именно с благоустройством территории у компании и возникли проблемы.

Руководство компании решило заасфальтировать территорию вокруг здания. Для выполнения этой работы была приглашена фирма «Дорремстрой». Нужно сказать, что они монополисты в этом городе. Работники «Дорремстроя» работали за 50 % авансовой выплаты и за 5 дней выложили асфальт. Руководство «Ориа» приехало принимать работу и ужаснулось. Покрытие территории вокруг офиса представляло собой плохо укатанную асфальтовую крошку с заплатками. Естественно, работу «Ориа» не приняла. Представителей «Дорремстрой» возмутил такой исход. Они говорили о том, что весь асфальт в городе делали они, что работа выполнена качественно. На непоколебимость «Ориа» в своей оценке «Дорремстрой» прореагировал тем, что через полчаса пригнал технику и собрал весь выложенный асфальт, а руководитель «асфальтного» предприятия пригрозил опубликовать во всех местных газетах негативные статьи о магазине драгоценных украшений. И не обманул. Управляющий новым салоном активно начал обзванивать все местные редакции через несколько дней – в одной из них лежала на рассмотрении «разгромная» статья. Однако в результате переговоров удалось убедить редактора в неправомерности

публикации информации об «Ориа».

Через несколько дней в городе появилась газета (по-видимому, выпускаемая самим же «Дорремстрой») со статьей на первой полосе следующего содержания:

«Дорремстрой» свою работу сделал добросовестно и в срок.... Более того, в процессе укладки асфальта возникли непредвиденные сложности. Выяснилось, что площадь асфальтируемой территории несколько увеличилась. За свой счет ООО «Дорремстрой» заасфальтировал обнаружившийся небольшой кусок. Множество огрехов старого покрытия пришлось дорожникам исправлять также бесплатно...Причем работники «Ориа» во время работ дорремстроевцам ни разу не сделали замечаний. Все вроде бы шло нормально. Но на днях приехал представитель «Ориа» из головного офиса и, очевидно, решил показать себя истинным оценщиком сделанных работ. В общем, он был крайне недоволен... «Ориа» оказалась ненадежным партнером. В результате, почему бы не задаться вопросом: а будут ли горожане покупать здесь драгоценные изделия. В общем, как говорил поэт: «Все это было бы смешно, когда бы не было так грустно»...».

На следующий день руководитель «Дорремстроя» позвонил директору «Ориа» и предложил перемирие. Газету, по его словам, они изъяли из обращения.

Постановка задачи: Как разрешить конфликт? Какое решение принять руководству «Ориа».

## **Кейс № 6** Методология и методы управления

### *Описание ситуации:*

Андреев Иван ведет свой небольшой бизнес в одном из крупных городов России. Его сфера – реклама. Его специализация – дорожные указатели. Иван нашел очередного клиента, коим оказался местный банк. Иван с менеджером Банка обсудили размещение указателя, сроки исполнения и прочие детали. Куратором этого сотрудничества Иван

назначил менеджера Марину Павликову. Марина подготовила договор, согласовала все формальности с клиентом-Банком. Через 2 дня Андрееву Ивану позвонил переданный Марине клиент и пересказал смысл столь неприятного разговора: Клиент связался с Мариной и попросил о ежемесячном распределении суммы платежа по договору (в договоре порядок оплаты – аванс 70 % и потом 30 %). На эту просьбу Марина ответила отказом, объяснив, что это невыгодно фирме, что она работает одна и что ей будет очень сложно ежемесячно вести документацию по выставлению счетов на оплату. Иван выслушал жалобу клиента, извинился за некорректность собственного менеджера и объяснил реальную причину невозможности установления такого графика платежей. Дело на самом деле заключалось в том, что фирма должна была 70 % от стоимости договора заплатить за согласование аренды соответствующим органам (это требование предоплаты распространяется на рекламодателей в первый год аренды места под указатель). В последующие же годы рассрочка по месяцам будет вполне возможна.

Постановка задачи: Какое Ивану необходимо принять управленческое решение в данной ситуации?

**Кейс № 7** Внутренняя и внешняя среда управления Структура среды управления

*Описание ситуации:* Вами был подписан договор о строительстве совместного предприятия на территории Ленинградской области по производству мебели из березы. По замыслу тайванского учредителя выпуск мебели в России позволит получить хорошую прибыль. Для дальнейших практических действий был создан комитет совместного предприятия из числа собственников.

Установлен 1 контрольный показатель: объем продаж 20 млн. долларов через 2 года.

Постановка задачи: 1.Избрать Генерального Директора и ключевых

заместителей.

2. Разработать оргструктуру и модель управления.
3. Оценить человеческие, финансовые и прочие ресурсы
4. Составить план действий на 6 месяцев.

На решение предлагаемых вопросов отводится 20 минут

### **Кейс № 8** Эволюция управленческой мысли

Постановка задачи: Исходя из деятельности компании, по которой вы писали свою дипломную работу, или для другой организации постройте цепочку ценности данной организации и отраслевую цепочку ценности, а также определите ее конкурентные преимущества на предмет соответствия ключевым факторам успеха в данной отрасли.

### **Кейс № 10**

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.

### **Темы научных дискуссий (круглых столов)**

*Задание 1:* Привести примеры, подтверждающие, что не существует «правильного» способа управления.

*Задание 2:* Проанализируйте с точки зрения бизнес-этики такие действия как выдача заработной платы «в конвертах», использование «серых» (страховых) способов начисления зарплаты.

*Задание 3:* Попробуйте доказать обратное оппоненту, утверждающему, что существуют условия, при которых менеджер получает право «переступить» через принцип законности.

*Задание 4:* Ваш оппонент утверждает, что хорошему управляющему незачем знать основы теории существования и законы развития организаций, а достаточно только иметь дар убеждения и предпринимательскую смекалку. Попробуйте доказать обратное.

*Задание 5:* Приведите примеры, доказывающие, что очередь у касс стадиона - это не организация. Какие признаки организации мы не наблюдаем в этом случае?

*Задание 6:* Почему организационная структура управления не может быть одинаковой для агрофирмы и предприятия розничной торговли.

*Задание 7:* Разнообразие методов управления трудовыми коллективами в зависимости от уровня материального благосостояния сотрудников: российская действительность. Действительно ли увеличение заработной платы может не быть стимулом?

*Задание 8:* Причины, по которым один и тот же стиль управления не может быть применим к различным подразделениям организации.

*Задание 9:* Должен ли менеджер обладать харизмой? Насколько это важно?

## **2 ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ**

### **ТЕСТЫ 1 ТЕМЫ**

Как осуществляется текущий контроль в организации?

- Путем заслушивания сотрудников организации на производственных совещаниях;
- Путем наблюдения за работой сотрудников;
- С помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
- Путем докладов на сборах и совещаниях;
- Вышестоящей структурой.

Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом?

- Специалисты;
- Работники;
- Руководители;
- Отдельные руководители

Контроль - это:

- Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
- Вид человеческой деятельности;
- Наблюдение за работой персонала организации;
- Наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий;

Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

- Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
- Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
- Создавать соответствующие организационные условия для персонала;

- Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;

- Постоянно повышать квалификацию персонала.

Контроль должен быть:

- Объективным и гласным;

- Гласным и действенным;

- Объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным.

- Эффективным;

- Текущим.

Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?

- Получение высоких материальных вознаграждений;

- Гармонизация между трудом и капиталом;

- Признание заслуг;

- Постоянное повышение квалификации персонала;

- Достижение конкурентного преимущества.

Когда исторически возник вопрос мотивации труда?

- Со времен появления денег;

- Со времен возникновения организаций;

- Со времен появления руководителя организации;

- Со времен зарождения организованного производства;

- Во время буржуазных революций в Европе.

Как следует понимать мотивы престижа?

- Попытки работника занять высшую должность в организации;

- Попытки работника реализовать свою социальную роль взять участие в общественно важной работе;

- Попытки работника получать высокую зарплату;

- Попытки работника взять участие в общественной работе;
- Попытки работника иметь влияние на других людей.

Оперативные планы разрабатываются сроком на:

- Полгода, месяц, декаду, неделю;
- По рабочим дням;
- 3-5 лет;
- 1 год;
- 10 лет.

Под планированием понимают:

- Вид деятельности;
- Отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
- Перспективу развития;
- Состояние организации;
- Интеграцию видов деятельности.

Организационное планирование осуществляется:

- Только на высшем уровне управления;
- На высшем и среднем уровнях управления;
- На среднем уровне управления;
- На всех уровнях управления;
- Определение потребностей подчиненных.

Если Вам придется объяснять, что представляет собой функция планирования, то Вы скажете что это:

- Установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их достижения;
- Установление целей организации;

- Определение путей и средств выполнения заданий;
- Определение способов достижения целей организации;
- Моделирование действий организации.

К средствам мотивации труда не относятся:

- Вознаграждения;
- Проведение производственных совещаний;
- Повышение квалификации персонала;
- Обеспечение условий для самовыражения;
- Объявление благодарности.

Что составляет главную цель маркетинга фирмы?

- получение прибыли;
- удовлетворение потребностей клиентов;
- продажа произведенной продукции.

Какое из указанных действий не входит в маркетинговую деятельность?

- формирование рекламного бюджета;
- исследования рынка;
- выбор технологии производства

## **ТЕСТЫ 2 ТЕМЫ**

Универсальные принципы управления, применяемые к любому его объекту, разработала школа:

- научного управления (рационалистическая)
- классическая (административная)
- психологии и человеческих отношений
- науки управления (количественная)

Наука управления возникла:

- вместе с объединением людей в организованные группы, например, племена
- в XX веке, в ходе индустриализации промышленности
- вместе с созданием Ф. Тейлором Школы управления
- вместе с возникновением системного подхода

Принципы управления в предпринимательских структурах в начале XXI века в большей степени определяют факторы:

- технологические
- социальные
- технические
- экологические

Не является предметом изучения школы «поведенческих наук»:

- различные аспекты социального взаимодействия
- характер власти и авторитета
- лидерство и стиль руководства
- состав и содержание функций управления

Управление в соответствии с особенностями конкретной ... является основой ситуационного подхода.

Не относится к доктрине «человеческих отношений»:

- эффективная система взаимодействия между работниками и руководством организации
- организация участия персонала в принятии решений и управлении организацией
- четкое функциональное разделение труда и соблюдение стандартных правил

- наличие в организации неформальных групп

Автор «административной доктрины»:

- Д. Муни
- Ф.У. Тейлор
- А. Файоль
- Л. Урвик

По мнению представителей школы «поведенческих наук», решающее влияние на рост производительности труда оказывают факторы:

- материальные
- психологические
- производственные
- технические

Особенностями российской модели менеджмента являются:

- строгое соблюдение законодательства
- склонность к чередованию периодов активной деятельности и длительного покоя
- склонность к масштабным проектам с привлечением значительных ресурсов
- значимость неформальных отношений

Использование методов научного анализа, отделение плановой и организационной работы от производственной являются вкладом в развитие управленческой мысли:

- бихевиоризма – школы поведенческих наук
- классической школы управления
- школы научного управления
- школы человеческих отношений

Особенностями японской модели менеджмента являются:

- пожизненный найм работников
- найм работников на относительно короткое время
- коллективное принятие решений
- коллективная ответственность

... подход позволяет рассматривать управляемую и управляющую систему как целостный комплекс взаимосвязанных элементов.

Разработка принципов и функций управления является достижением:

- школы поведенческих наук
- классического (административного) управления
- школы научного управления
- бихевиоризм

Основателем школы «человеческих отношений» является:

- Э. Мэйо
- Г. Форд
- А. Файоль
- А. Маслоу

Особенностями американской модели менеджмента являются:

- найм работников на относительно короткое время
- коллективное принятие решений
- индивидуальное принятие решений
- быстрый карьерный рост

Основоположником научного управления является:

- Д. МакГрегор

- Ф.У. Тейлор
- А. Файоль
- С. Черчмен

В эволюции теории и практики менеджмента выделяются следующие школы:

- школа научного управления
- школа человеческих отношений
- коммуникационная школа
- количественная школа управления

Для бюрократического (механистического) типа организационной структуры характерно:

- формализация и регламентация отношений
- временное закрепление функций за группами
- динамичные задачи, установленные в каждой функциональной группе
- гибкое построение организации в соответствии с изменениями в окружающей среде

Основные принципы управления впервые были сформулированы:

- Ф.У. Тейлором
- А. Файолем
- А. Маслоу
- М. Вебер

Знаменитые «Хотторонские эксперименты» проводил:

- Р. Оуэн
- А. Маслоу
- М.П. Фоллет
- Э. Мэйо

К представителям школы человеческих отношений можно отнести:

- фон Бергаланфи, Друкера
- Файоля, Муни, Вебера, Урвика
- Тейлора, Гантта, Гилбрета
- Мейо, Ротлисберга, Маслоу, Макгрегора

Согласно теории менеджмента соотношение результата и обусловивших его затрат определяет суть понятия ...

- интенсивность
- эффективность
- эффект
- качество

Для российского менеджмента характерны следующие черты:

- организованность и дисциплинированность
- склонность к творчеству и самостоятельности
- коммуникабельность и корпоративность
- протекционизм и поручительство

Американский менеджмент характеризует:

- продолжительная работа сотрудника в одной фирме
- индивидуальное принятие решения
- коллективная ответственность
- замедленная оценка деятельности

Японский менеджмент характеризует:

- быстрое продвижение по службе
- отсутствие контроля
- коллективная ответственность

- непродолжительная работа сотрудника в одной фирме

### **ТЕСТЫ 3 ТЕМЫ**

На основании каких признаков классифицируются общие функции управления:

- единство и однородность содержания
- разделение и специализация труда
- однотипность методов выполнения
- повторяемость операций
- все вышеперечисленные

Что нельзя отнести к функции «мотивация»:

- премирование
- перемещение рабочего в лучшую бригаду
- повышение квалификации
- выполнение задания исполнителя к 16.00

Какие характеристики не подходят к понятию «специальная функция»:

- абстрактность
- повторяемость
- деление на отдельные функциональные задачи
- узкая предметная область

К какой общей функции относятся перечисленные ниже функциональные задачи: инструктаж на рабочем месте, обеспечение средствами, согласование работы исполнителя с его руководителем, обслуживание компьютер и пр.:

- к планированию
- к учету
- к контролю

- к регулированию
- к организации

Какая логическая последовательность общих функций наиболее присуща управленческой деятельности:

- контроль – прогнозирование – организация
- планирование – организация – контроль – регулирование
- нормирование – прогнозирование – мотивация – активизация – контроль
- планирование – контроль – организация – регулирование

Процесс управления состоит из взаимосвязанных функций в соответствии с ... подходом:

- ситуационным
- количественным
- процессным
- системным

Функции управления делятся на общие, частные и вспомогательные согласно классификации по:

- содержанию
- уровню управления
- объекту управления
- субъекту управления

Основные функции менеджмента:

- принятие решений, работа с кадрами
- оценка результатов, разработка структуры
- принятие решений
- организация, планирование, мотивация, контроль

Общие функции менеджмента выделила школа ...

- научного управления (рационалистическая)
- классическая (административная)
- психологии и человеческих отношений
- науки управления (количественная)

Расположите этапы стратегического планирования в необходимом порядке:

- Формулирование предназначения (миссии) предприятия
- Формулирование целей предприятия
- Анализ и оценка внешней среды
- Анализ альтернативных стратегий
- Выбор определяющей стратегии
- Реализация и оценка стратегии

С точки зрения стратегического менеджмента основная цель организации. Выражающая причину ее существования – это ...

- стратегия
- призвание
- миссия
- план

С точки зрения стратегического менеджмента, что должно соблюдаться в специфической единичной ситуации, когда для работника исключается свобода выбора:

- правило
- процедура
- тактика
- политика

Процесс стратегического управления организацией начинается с ...

- социально – экономической оценки стратегии
- анализа внутренней и внешней среды
- практической реализации стратегии
- разработки стратегии

Детальные разработки производственной программы организации и ее подразделений представляют собой \_\_\_\_\_ планы:

- тактические
- долгосрочные
- оперативные
- стратегические

В теории менеджмента с помощью логической формулы «вероятно будет» можно записать процесс ...

- прогнозирования
- моделирования
- предсказания
- планирования

Общий комплексный план, предназначенный для реализации миссии и достижения целей организации, – это ...

Планирование как функция менеджмента означает:

- определение показателей развития организации
- процесс определения целей и путей их достижения
- распределение ресурсов организации для достижения поставленных целей

- распределение ресурсов, мотивацию персонала и контроль реализации поставленных целей

Контроль как функция менеджмента означает:

- процесс анализа деятельности подчиненных
- проверка технологических процессов и деятельности подчиненных
- сопоставление достигнутого результата с ранее запланированным
- дисциплинарное воздействие и применение штрафных санкций

Выработка цели менеджмента, прогнозирование и перспективное планирование являются составными частями:

- контроля
- оперативного управления
- принятия решений
- стратегического управления

Процесс контроля включает следующие элементы:

- выработку стандартов и критериев оценки, сопоставление стандартов и достигнутых результатов, принятие корректирующих действий
- выработку критериев оценки, планирование действий, корректировку действий
- планирование критериев оценки, сравнение плановых и фактических результатов, ликвидацию отклонения от планов
- выработку стандартов и критериев оценки, планирование действий, принятие корректирующих действий

Функции управления – это:

- зависимость факторов эффективности управления
- вид деятельности, необходимый для осуществления воздействия субъекта на объект управления

- совокупность методов управления для решения какой-либо проблемы
- основа разделения управленческой деятельности и закрепления ответственности

Общая цель предприятия, выражающая причину его существования, – это ...

Функция «планирование» включает виды управленческой деятельности:

- разработку организационно-регламентирующей документации
- деление организации на специализированные подразделения
- в анализ финансово-производственных показателей деятельности организации
- определение целей, задач и направлений развития организации

Функции оперативного управления:

- оперативное планирование, организация, мотивация и контроль
- организация, мотивация, коммуникация, принятие решений
- прогнозирование, планирование, контроль, мотивация
- прогнозирование, принятие решений, мотивация, контроль

Основным содержанием долгосрочных планов является определение:

- бюджета
- механизмов регулирования
- политики
- целей и стратегии

Функция «организовывание» включает виды управленческой деятельности:

- распределение ответственности, подотчетности, полномочий между подразделениями и работниками аппарата управления
- разработка эффективной системы надбавок, премий, дополнительных выплат по результатам труда
- составление долгосрочных и среднесрочных прогнозов, показывающих возможные направления будущего развития организации
- выявление отрицательных отклонений от плана и анализ причин этих отклонений

Функция «мотивация» включает виды управленческой деятельности:

- определение альтернативных способов достижения цели
- разработка эффективной системы социальных выплат
- подбор и расстановка кадров соответствующей квалификации
- вручение грамот, наград, ценных подарков, присвоение званий

Процесс передачи полномочий нижестоящим работникам для выполнения заданий – это:

- сужение полномочий
- распределение полномочий
- делегирование полномочий
- снятие полномочий

Различают три вида контроля по времени осуществления:

- предварительный, заключительный, фактический
- финансовый, экологический, кадровый
- предварительный, текущий, заключительный
- текущий, заключительный, стратегический, оперативный

## **ТЕСТЫ 4 ТЕМЫ**

Количественные и качественные показатели (характеристики), отражающие условия функционирования системы, называются:

- проблема
- критерий
- ограничения
- альтернатива

Что является центральным звеном в процессе деятельности менеджера:

- целеполагание
- организация труда
- принятие решений
- все вышеперечисленное

Какими методами принятия решений чаще всего пользуются менеджеры:

- формальными
- математическими
- экспертными
- логическими

Что первично в процессе принятия решения:

- формулирование проблемы
- определение цели
- структуризация проблемы
- определение фактического состояния

Если менеджер использует математический аппарат для принятия решений, то какое это решение:

- интуитивное
- логическое

- незапрограммированное
- рационалистическое
- основанное на суждении

Управленческое решение – это:

- план действий, воплощаемый в реальность
- главный фактор взаимодействия управляемой и управляющей части
- намерение менеджера изменить ситуацию и достичь определенных

результатов

- воздействие на управляемую систему
- действие, вносящее целесообразные изменения в поведение

управляемой системы

Критериями оптимальности принимаемого управленческого решения могут быть:

- только качественные показатели
- только количественные показатели
- только показатели рентабельности
- как количественные, так и качественные показатели

Укажите виды работы, которые менеджер может делегировать подчиненным и которые не подлежат делегированию:

- специализированная деятельность
- стратегические решения
- ответственность
- увольнение работников

Продуктом труда менеджера является:

- информация
- решение

- полномочия
- власть

Полномочия труда менеджеров по функциям соответствует ... виду:

- структурному
- технологическому
- горизонтальному
- профессионально – квалификационному

Права менеджера использовать определенные ресурсы организации, а также направлять усилия отдельных сотрудников на выполнение тех или иных задач являются сутью термина:

- делегирование
- ответственность
- полномочия
- власть

К задачам деятельности менеджера как организатора производственного процесса относится:

- управление информационными потоками организации
- обучение и развитие кадров
- изучение рынка
- управление закупкой сырья, материалов, полуфабрикатов

План работы менеджера на следующий рабочий день рекомендуется составлять ...

- во второй половине рабочего дня
- в первой половине рабочего дня
- в любое свободное время в течение рабочего дня
- в конце рабочего дня

Для организационно-распорядительных методов управления характерно:

- косвенное воздействие через материальное поощрение, планирование и нормирование
- прямое воздействие через материальное и моральное стимулирование, убеждение и участие
- прямое воздействие через указание, приказы, регламентирование и нормирование
- косвенное воздействие через материальное и моральное стимулирование, убеждение и участие

Повышенное внимание к сфере межличностных отношений характерно для методов управления:

- организационно-распорядительных
- социально-психологических
- экономических
- мотивационных

... методы управления реализуются в форме материального стимулирования труда, ценовой политики, распределения прибыли.

Экономические методы управления по уровням воздействия подразделяются на:

- высшие, средние, низшие
- федеральные, региональные и методы, применяемые на конкретном предприятии
- отраслевые и народнохозяйственные методы
- стимулирующие и дестимулирующие методы

Организационно-распорядительные методы управления включают:

- регламентирование
- нормирование
- ценообразование
- инструктирование

... методы управления реализуются в форме морального и социального стимулирования, оказания психологического воздействия на работников организации.

Экономические методы управления включают:

- регламентирование
- коммерческий расчет
- налогообложение
- премирование

... методы управления воздействуют на материальные интересы работников.

... методы управления реализуются в форме приказов, распоряжений, уставов, регламентов, правил, нормативов, инструкции.

Различают следующие методы управления:

- интеллектуальные, авторитарные, командные
- экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические
- авторитарные, правовые, экономические
- добровольные и принудительные

Финансовый план (план доходов и расходов на определенный срок), который служит руководством и средством контроля над будущими операциями, – это:

- бюджет
- бизнес-план
- калькуляция
- смета

Моральное стимулирование и формирование организационной культуры позволяет реализовать методы управления:

- организационно-распорядительные
- косвенные
- неэкономические
- социально-психологические

### **ТЕСТЫ 5 ТЕМЫ**

Для маркетинговой концепции управления характерно перемещение издержек фирмы в область:

- производства;
- НИОКР;
- реализации;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет

Маркетинговая концепция предполагает, что планирование

- коммерческой деятельности начинается:
- с разработки новых товаров и услуг;
- с анализа спроса на товары (услуги);
- с планирования мероприятий по организации производства;
- все ответы верны.

Какой блок функций маркетинга является базовым?

- регулирования рынка
- продвижения товаров
- плано-исследовательский
- товародвижения и дистрибьюции
- ценообразования

Зачем нужно изучать внешнюю среду?

- для оценки ее влияние на возможности фирмы;
- для отслеживания изменений спроса;
- для своевременной корректировки стратегии и тактики поведения;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет

Каковы взаимодействия окружающей среды и маркетинговой деятельности фирмы?

- фирма абсолютно независима в своей маркетинговой деятельности;
- фирма испытывает влияние множества сил и факторов и вынуждена считаться с их действием;

В контактные аудитории входят:

- фирмы, поставляющие товары;
- предприятия и организации, способные оказать влияние на возможность фирмы достигать своих целей;
- фирмы, покупающие товары;
- сотрудники фирмы;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет.

Понятие макросреды отражает:

- силы, влияющие на деятельность фирмы непосредственно;
- силы, не влияющие на деятельность фирмы;
- силы, влияющие только на микросреду фирмы;
- силы, влияющие на потребителей;
- все ответы верны.

К микросреде предприятия относятся:

- конкуренты;
- средства массовой информации;
- политические партии;
- поставщики;
- посредники;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет.

Спрос на товары и услуги определяется:

- потребностью
- платежеспособностью
- потребностью подкрепленной платежеспособностью.

При чрезмерном спросе рекомендуется стратегия:

- демаркетинга
- ремаркетинга
- синхромаркетинга

Что такое сегментация рынка?

- деление конкурентов на однородные группы;
- деление потребителей на однородные группы;
- деление товаров на однородные группы

- все ответы верны;

Какова конечная цель сегментации ?:

- разделить рынок на относительно однородные сегменты
- выбрать наиболее предпочтительные для фирмы участки рынка

Спрос считается высоко эластичным, если:

- при небольшом снижении цены спрос значительно возрастает;
- при большом снижении цены спрос возрастает незначительно;
- при изменении цены спрос не изменяется;
- спрос изменяется независимо от цены;
- При снижении цены спрос снижается

Что из перечисленного является товаром?:

- платная консультация
- бесплатный совет
- полученный подарок
- купленная информация
- рыба, выловленная в реке
- рыба, купленная в магазине

В чем смысл жизненного цикла товара?

- в прогнозе срока, в течение которого товар будет пользоваться спросом на рынке;
- в определении времени снятия товара с производства
- в прогнозе вывода на рынок модернизированного товара
- все ответы верны.
- правильного ответа нет

## ТЕСТЫ 6 ТЕМЫ

Одной из задач товарной политики является:

- управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
- определение сегмента потребителей, желающих приобрести товар;
- производство большого количества товаров.

Какова роль маркетинга в разработке нового товара?

- организующая;
- оценочно-исследовательская;
- технологическая;
- стимулирующая;
- правильного ответа нет.

Товарно-инновационная политика это:

- политика привлечения денежных средств
- политика обновления номенклатуры производства
- политика обновления производственных фондов.

В чем суть затратного метода ценообразования

- цена исчисляется как производная от спроса
- цена калькулируется на основе издержек производства, сбыта и целевой прибыли
- цена определяется в процессе пробного маркетинга.

Что является основным ориентиром в процессе ценообразования на престижные товары?

- спрос;
- цены конкурентов;
- издержки производства.

Основные недостатки методов ценообразования ориентированных на затраты:

- сложность расчета;
- игнорирование спроса;
- игнорирование потребительских свойств товара.

Какие из перечисленные методов ценообразования ориентированы на платежеспособность покупателя?

- на основе издержек производства
- мониторинга конкурентных цен
- аукциона
- рентабельности инвестиций
- пробных продаж

Какие условия способствуют назначению высоких цен ?

- повышенное качество;
- высокие издержки производства
- высокая конкуренция;
- эксклюзивный сбыт.

Что такое канал товаропродвижения?

- маршрут перемещения товара в пространстве;
- система взаимоотношений между участниками процесса сбыта;
- цепочка участников процесса доведения товара от производителя к потребителю.

В чем разница между прямым и косвенным каналами?

- нет разницы;
- в наличие или отсутствии посредников;

- в использовании зависимых или независимых посредников.

Дистрибуция товаров означает:

- продажу через посредников;
- транспортировку;
- хранение
- все ответы верны;
- правильного ответа нет.

Интенсивный сбыт товаров осуществляется;

- через сеть специализированных магазинов;
- через большое число торговых агентов;
- через поставки товаров непосредственно потребителю;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет.

Через лизинговые компании удобно продавать:

- материалы, инструмент;
- квартиры;
- оборудование, транспорт;
- продовольствие

К основным средствам продвижения товара относятся:

- низкая цена;
- высокое качество;
- реклама;
- стимулирование сбыта.

К числу эффективных каналов распространения рекламы товаров производственного назначения относятся:

- телевидение,
- радио;
- общественно-политические печатные органы;
- специальная пресса;
- наружная (уличная) реклама;
- листовки, буклеты;
- каталоги;
- почтовая (электронная)

### **ТЕСТЫ 7 ТЕМЫ**

Реклама, как средство коммуникации отличается от «PR»:

- аудиторией;
- наличием договора на возмездное распространение информации;
- каналами распространения информации;
- контролем за содержанием информации

Под продвижением товаров понимают:

- транспортировку товаров;
- продажу товаров посредникам;
- форму сообщений для информации, напоминания и убеждения потребителей.

Персональная (личная) продажа эффективна:

- всегда;
- при продаже товаров только корпоративным клиентам;
- при продаже потребительских товаров;
- при сделках на крупные суммы.

Что понимается под стратегией маркетинга ?

- план работы отдела маркетинга на длительный срок

- комплекс базовых решений по достижению рыночных целей фирмы
- определение целей фирмы

К инструментальным стратегиям маркетинга относятся:

- ценовая стратегия;
- стратегия дистрибьюции;
- инновационная стратегия;
- стратегия интеграции;
- стратегия привлечения
- все ответы верны.

Банк разработал новую услугу, ориентированную на круг ранее не обслуживаемых им клиентов. В этом случае он осуществляет стратегию:

- диверсификации
- проникновения на рынок
- развития рынка
- инновации.

К стратегиям роста (атаки) относятся:

- стратегия интенсификации;
- стратегия 5 «Р»;
- стратегия диверсификации;
- стратегия интеграции;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет

Полная диверсификация - это:

- совершенствование сбыта товаров на сложившихся рынках;
- разработка товаров для существующих рынков;
- выход фирмы со своей продукцией на новые рынки;

- разработка новых товаров для новых рынков

Как характеризуется информация, представленная в виде данных Госкомстата и опубликованных в СМИ?

- открытая
- закрытая;
- внутренняя
- внешняя
- первичная
- вторичная

К какому виду исследований относится изучение различных справочников и другой литературы?

- кабинетные исследования;
- полевые исследования;
- не относится к исследованиям.

Какими принципами следует руководствоваться при организации маркетингового анкетирования?

- выборка должна быть однородной
- чем большее количество респондентов будет опрошено, тем лучше
- чем больше вопросов в анкете, тем лучше
- количество респондентов должно быть оптимальным с учетом предельной ошибки;
- количество вопросов должно быть оптимальным, не превышать психологический порог восприятия

Какой способ связи с аудиторией характеризуется наиболее низким возвратом сведений:

- телефон;

- почта;
- интернет;
- личный контакт;

Для чего используется пробные продажи?

- для получения информации;
- для получения выручки от реализации товаров

Что относится к целевым характеристикам товара:

- доступность
- полезность
- удобство пользования
- цена

Какими факторами определяется цена

- прибыль; надбавки
- себестоимость; надбавки
- себестоимость; прибыль
- себестоимость, налоги, прибыль

## **ТЕСТЫ 8 ТЕМЫ**

Организационная структура управления, в которой деятельность специалистов в подразделениях маркетинга организована, исходя из функций маркетинга, которые они выполняют – это ... организация

Организационная структура управления маркетингом, в которой специалисты по маркетингу, сгруппированы по отдельным географическим районам - ... организация

- географическая
- функциональная

- продуктовая (товарная)
- рыночная

Организационная структура управления маркетингом, в которой за разработку и реализацию стратегий и текущих планов маркетинга для определенного продукта или группы продуктов отвечает управляющий продуктом – это ... организация

- продуктовая (товарная)
- географическая
- функциональная
- рыночная

К функциям маркетолога не относится

- подготовка расчетов себестоимости товара
- проведение маркетинговых исследований
- формирование положительного имиджа компании
- поиск посредников и работа с ними

Отдел маркетинга проводит

- постоянный мониторинг рынка и анализ всей внешней среды
- набор сотрудников на предприятие
- формирование бюджета предприятия
- производит продукцию данного предприятия

К организационным структурам службы маркетинга не относится

- финансовый
- функциональный
- продуктовый
- рыночный

Определить последовательность алгоритма внедрения маркетинга на предприятии:

- внедрение в компании рыночной идеологии
- выбор ключевых компонентов маркетинга с учетом специфики предприятия
- организация стандартного управленческого цикла по отобранным компонентам и определение перечня необходимых функций маркетинга
- определение подразделений участвующих в выполнении функций маркетинга
- закрепление функций маркетинга за специализированным подразделением

Первым этапом алгоритма внедрения маркетинга на предприятии является:

- внедрение в компании рыночной идеологии
- выбор ключевых компонентов маркетинга с учетом специфики предприятия
- организация стандартного управленческого цикла по отобранным компонентам и определение перечня необходимых функций маркетинга
- определение подразделений участвующих в выполнении функций маркетинга
- закрепление функций маркетинга за специализированным подразделением

Завершающим этапом алгоритма внедрения маркетинга на предприятии является:

- закрепление функций маркетинга за специализированным подразделением
- выбор ключевых компонентов маркетинга с учетом специфики предприятия

- организация стандартного управленческого цикла по отобранным компонентам и определение перечня необходимых функций маркетинга

- определение подразделений участвующих в выполнении функций маркетинга

- внедрение в компании рыночной идеологии

Постоянный мониторинг рынка и анализ всей внешней среды с целью определения возможных направлений развития предприятия в перспективе – это задача:

- отдела маркетинга

- бухгалтерского отдела

- экономического отдела

- производственного отдела

К аналитической функции маркетолога относится:

- маркетинговый анализ всех элементов маркетинга

- создание товара-новинки

- формирование корпоративной культуры

- продвижение товаров на рынок

Определить соответствие взаимодействий подразделений предприятия и работы отдела маркетинга:

- бухгалтерия=передача сведений о расходах, связанных с экспортом продукции и импортом сырья, материалов

- финансовый отдел=передача заявок на расходы, связанные с маркетингом

- технический отдел=получение плана технического развития предприятия

- планово-экономический отдел=получение планов производства продукции (на год, на 5 лет и пр.)

Отдел маркетинга получает от юридического отдела:

- правовую информацию по экспортно-импортному коммерческого законодательству
- оперативную информацию об изменениях требований покупателей к качеству продукции
- планы поставок продукции на экспорт
- сведения о заключенных контрактах на закупку сырья, материалов

Отдел маркетинга от бухгалтерии получает информацию:

- о фактической себестоимости продукции
- о финансовом плане предприятия
- о контрольных образцах продукции
- о плане производства продукции

Отдел маркетинга передает в бухгалтерию информацию:

- сведения о расходах, связанных с экспортом продукции и импортом сырья, материалов
- оперативная информация об отгрузке продукции
- цены на экспортную продукцию, рыночные цены
- планы поставок продукции на экспорт

Сочетание товарного и рыночного подходов, при котором управляющие по товарам отвечают за планирование сбыта и продажи своих товаров, а управляющие по рынкам отвечают за развитие выгодных рынков для существующих и потенциальных товаров – это ... организация

Состав и соподчиненность взаимосвязанных звеньев (подразделений) управления – это ... структура

### **3 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Контрольная работа** - одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности обучающихся, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности; выполняется в виде письменного ответа на указанные в индивидуальном задании вопросы по завершению изучения дисциплины.

Цель выполнения контрольной работы состоит в приобретении и закреплении теоретических знаний по дисциплине, проверке усвоения учебного материала, а также выработке практических навыков и развитии компетенций в избранной области профессиональной деятельности.

Выполнение контрольной работы предусматривает раскрытие пяти теоретических вопросов.

При выполнении контрольной работы обучающимся рекомендуется использовать разнообразные источники информации: учебную, методическую, научную литературу, а также Интернет-ресурсы и практические материалы.

В случае затруднений при выполнении контрольной работы обучающимся следует обращаться для получения консультаций к преподавателю.

#### 4 ВЫБОР ВАРИАНТА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выбор варианта контрольной работы осуществляется по начальной букве фамилии студента в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 - Варианты контрольных работ

Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы	Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы
А	1	Ч	15
Л	2	Р	16
Б	3	З	17
С	4	У	18
Г	5	Э	19
В	6	Т	20
Е	7	Ф	21
М	8	О	22
Д	9	К	23
Щ,	10	Ш	24
Ж	11	Н	25
Ц	12	П	26
Ю	13	Х	26
И	14	Я	28

## **5 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

### **Требования к содержанию контрольной работы**

Основные требования к содержанию контрольной работы состоят в следующем:

- самостоятельный, творческий подход к изложению материала, умение выразить собственное мнение по изучаемым вопросам;
- четкое, последовательное, логически стройное изложение материала, лаконичность и точность формулировок;
- недопустимость механического копирования используемых материалов, без авторского осмысления и анализа;
- подтверждение теоретических положений практическими примерами;
- визуализация изложения иллюстрациями, схемами, графиками, таблицами;
- наличие конкретных и обоснованных выводов.

### **Требования к оформлению контрольной работы**

Оформление контрольной работы должно соответствовать требованиям действующего ГОСТа. Основные из них состоят в следующем:

- текст излагается на стандартных листах формата А4 с соблюдением установок: шрифт Times Roman; кегль - 14; интервал 1,5; цвет шрифта - черный; абзацный отступ - 1,25 см; выравнивание по ширине; поля: левое - 30 мм, правое - 15 мм, верхнее - 25 мм, нижнее - 20 мм;
- объем контрольной работы - 10-15 страниц машинописного текста (или 20-24 страницы рукописного текста);
- страницы работы нумеруются сквозной порядковой нумерацией по центру верхнего поля, начиная с титульного листа (номер страницы на титульном листе не проставляется);

- на второй странице приводится содержание работы (перечень вопросов и заданий, список литературы и приложения) с указанием начальных страниц разделов;

- разделы должны иметь порядковую нумерацию;

- изложение работы строится в соответствии с содержанием (приводятся названия вопросов, ответы на них, практическое задание);

- каждый раздел работы начинается с нового листа;

- иллюстрации и таблицы должны быть пронумерованы, иметь ссылки и комментарии к ним в тексте; каждую иллюстрацию необходимо снабжать подрисуночной надписью, таблицы должны иметь заголовки;

- заимствованные данные (цитаты, цифры) должны сопровождаться ссылками с указанием номера источника в списке литературы и соответствующей страницы (например [6, с.23] или [6, с. 23-29]);

- сокращения допускаются только общепринятые (например, тыс. руб. или кг. и т. д.);

- в конце контрольной работы приводится список использованных источников в следующем порядке: правовые, нормативные акты, учебная литература (в алфавитном порядке), статьи из журналов, Интернет-источники;

- библиографическое описание источников должно соответствовать ГОСТ;

- распечатка текста должна быть четкой, без помарок и исправлений;

- работы представленные без соблюдения требований к оформлению, на рецензирование не принимаются и возвращаются студенту для исправления.

### **Рекомендации по выполнению контрольной работы**

Основные рекомендации по выполнению контрольной работы состоят в следующем:

- студент должен самостоятельно изучить рекомендованную литературу и другие источники информации. При этом рекомендуется делать выписки, фиксировать источники, составлять иллюстрации и таблицы;

- ответы на теоретические вопросы должны быть логически выстроены, исключать неточности, двусмысленность толкования и повторы, содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательные и убедительные выводы;

- при освещении теоретических вопросов следует приводить практические примеры, ситуации, самостоятельные суждения, свидетельствующие об усвоении студентом изучаемого материала;

- изложение практического задания должно сопровождаться краткими, но исчерпывающими пояснениями, аргументами, комментариями аналитического характера, отражающими умение студента применять теоретические знания в профессиональной деятельности;

- содержание работы должно отражать сформированность у обучающихся необходимых компетенций;

- контрольная работа должна быть сдана на кафедру менеджмента за две недели до начала экзаменационной сессии;

- установленный срок рецензирования работы составляет 3-5 дней;

- работа, выполненная без соблюдения установленных требований либо не по предусмотренному варианту, возвращается студенту без рецензирования для исправления и подлежит последующей повторной сдаче на кафедру;

- проверенная контрольная работа возвращается студенту с замечаниями и рекомендациями рецензента с отметкой «зачтено» или «не зачтено»;

- зачтенная контрольная работа является основанием для допуска студента к сдаче зачета по дисциплине; без надлежаще выполненной контрольной работы сдача студентом зачета не допускается;

- не зачтенная контрольная работа должна быть доработана в соответствии с замечаниями преподавателя и представлена на повторное рецензирование (вместе с первичным вариантом работы).

## **6 ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

### **Вариант 1**

1. Понятие менеджмент и маркетинг
2. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.
3. Особенности менеджмента в аграрном секторе экономики

#### **Задача**

Проанализируйте предлагаемую управленческую ситуацию и дайте обоснованные ответы на предложенные вопросы.

На предприятии, не отличавшемся высокой эффективностью производства, одним из слабых звеньев управления была невысокая исполнительская дисциплина. Руководство предприятия приняло решение о реорганизации системы управления и введении более эффективной системы контроля исполнения.

Какая система контроля исполнения может быть наиболее эффективной? Какова технология контроля исполнения, которую стоило бы внедрить на предприятии?

### **Вариант 2**

1. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
2. Сущность менеджмента: вид деятельности и система управления.
3. Чем вызвана потребность современных организаций в стратегическом планировании и управлении

#### **Задача**

Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 2500 руб. за пару. Часть обуви продал по 3000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20 % и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 3000 руб.

Определить:

- оптовую стоимость товара;
- новую цену продажи остатка товара;
- объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.);
- прибыль от реализации всей партии товара.

### **Вариант 3**

1. Принципы и методологические основы менеджмента.
2. Принципы, задачи и функции маркетинга.
3. Что представляет собой концепция по управлению персоналом?

Каковы ее цели и составные части?

#### Задача

Важная задача менеджера – максимально задействовать творческий потенциал коллектива. Для этого у менеджера имеется следующий диапазон действий:

1. Предлагать сотрудникам работу, способствующую их общению.
2. Проводить с партнерами совещания, советоваться с ними по делам фирмы.
3. Сохранять неформальные группы в коллективе, не мешающие функционированию фирмы.
4. Создавать условия для социальной активности работников.
5. Предлагать сотрудникам более содержательную творческую работу.
6. Обеспечивать им обратную связь в соответствии с достигнутыми результатами.
7. Оценивать и поощрять все положительные достижения каждого сотрудника.
8. Привлекать подчиненных к формулировке целей фирмы и выработке решений.
9. Делегировать подчиненным часть своих прав и полномочий.
10. Обеспечивать продвижение инициативных подчиненных по служебной лестнице.
11. Организовать постоянную подготовку и переподготовку сотрудников для повышения их компетентности.
12. Открывать для подчиненных возможности развития их потенциала.
13. Предоставить сотрудникам сложную и ответственную работу, которая потребовала бы от них полной самоотдачи.
14. Постоянно развивать у подчиненных творческое начало в работе.

Дайте ответ на следующие вопросы:

1. Какие действия менеджера по увеличению творческой отдачи в работе подчиненных Вы считаете главным и почему? Какие еще меры, по Вашему мнению, может предпринимать менеджер, чтобы добиться роста производительности и повышения активности труда подчиненных?

#### **Вариант 4**

1. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
2. Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
3. Понятие конфликта и его природа. Причины возникновения конфликтных ситуаций.

#### **Задача**

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?

#### **Вариант 5**

1. Организация труда менеджера и его задачи на каждом уровне управления.
2. Роль маркетинга в управлении предприятием.
3. Кинесика и проксемика в деловых переговорах.

#### **Задача**

В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, и поскольку от этого зависит успех в бизнесе, в практике встречаются следующие варианты. 1. Руководитель принимает

решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо. 2. Руководитель принимает решение и сообщает, почему он его принял. 3. Руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением подчиненных, приветствует их вопросы, получая, таким образом, возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения. 4. Руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку. 5. Руководитель излагает суть проблемы, спрашивает, какие будут предложения и, выслушав их, принимает решения. 6. Руководитель излагает проблему и просит группу принять решение, оставляя за собой право выбора и утверждение варианта. 7. Руководитель излагает проблему и принимает решение группы.

Какой из предложенных вариантов Вы считаете предпочтительным? Обоснуйте свою позицию.

### **Вариант 6**

1. Деловая культура руководителя, ее составляющие.
2. Имидж, потребительские свойства, ассортимент, качество товара.
3. Делегирование полномочий и норма управляемости как фактор эффективной деятельности предприятия.

#### **Задача**

Вы начальник отдела маркетинга ОАО завода фарфоровых изделий. Планируются отдельные партии сервизов продать в странах Западной Европы. При затратах на производство, равных 2000 руб. за один сервиз, товар планируется продавать по 2500 руб. за один сервиз.

Оптовый независимый посредник распространяет сервизы по 3000 руб. за единицу. Запланированный объем продажи составляет 4000 сервизов в год, при условии, что производитель обязывается затратить на рекламу 30000 руб.

Агент по реализации согласен работать за 7 % (при цене за сервис, равной 3000 руб.), но он может охватить только 65 % рынка оптовика.

Почта предложила индивидуальную рассылку сервисов по каталогам при стоимости услуг, равной 400 руб. за сервис.

Определить прибыль производителя, оптовика, агента по продажам и от услуг почты.

### **Вариант 7**

1. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента, управление человеческими ресурсами.
2. Оценка конкурентоспособности товара.
3. Какую роль выполняет маркетинг в российской экономике?

#### **Задача**

- а) Определите подсистемы у системы «ВУЗ».
- б) Какие связи между ними существуют? Опишите их внешнюю и внутреннюю среду, структуру.
- в) Классифицируйте подсистемы.
- г) Опишите вход, выход, цель, связи указанной системы и ее подсистем.

### **Вариант 8**

1. Информационное обеспечение менеджмента: задачи и виды информации в системе управления производством.
2. Товародвижение и сбыт. Средства стимулирования сбыта.
3. Этика внутрифирменных отношений – как часть корпоративной культуры организации.

#### **Задача**

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.

## Вариант 9

1. Использование современных информационных технологий в менеджменте.
2. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность стимулирования сбыта.
3. Какими источниками маркетинговой информации может воспользоваться исследователь? Укажите их достоинства и недостатки.

### Задача

- а) Письменно приведите пример некоторой системы, укажите ее связи с окружающей средой, входные и выходные параметры, возможные состояния системы, подсистемы.
- б) Поясните на примере одной из задач, возникающих в данной системе конкретный смысл понятий «решить задачу» и «решение задачи».
- в) Поставьте одну проблему для этой системы.

## Вариант 10

1. Информация как результат управленческой деятельности.
2. Система планирования маркетинга.
3. Каким образом можно управлять жизненным циклом товара?

### Задача

Рекламная компания на торговой фирме проводилась с 11 по 18 апреля текущего года. Исходные данные следующие:

- фактическая реализация товара до рекламных мероприятий составила 357 тыс. руб.;
- фактическая реализация товара за апрель составила 1173 тыс. руб.;
- торговая надбавка – 15 %;
- на проведение рекламных мероприятий израсходовано 6,76 тыс. руб.;
- торговая фирма имеет один выходной день в неделю.

Определить экономическую эффективность рекламных мероприятий.

## Вариант 11

1. Управление конфликтами и эффективность коммуникативных процессов
2. Система организации службы маркетинга и маркетинговый контроль.
3. Как можно оценить результаты коммуникации рекламной кампании?

### Задача

Вы работаете менеджером в средней по размеру фирме. В руководимом вами трудовом коллективе, как вам стало известно, имеется неформальный лидер. Данный работник имеет более продолжительный, чем у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к Вам.

Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности фирмы, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.
2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:
  - Уволить несогласного лидера;
  - Проигнорировать его мнение;
  - Привлечь на свою сторону;
  - Прочее (обосновать).

## Вариант 12

1. Стили руководства. Мотивация деятельности в менеджменте.
2. Организационные структуры маркетинга.
3. Что представляет собой концепция Маркетинга менеджмента Ф. Котлера?

### Задача

Торговое предприятие закупило 400 единиц товара по 230 руб. за единицу и продает по цене 257,1 руб.

Определить: сколько единиц изделий ей нужно закупить, чтобы сохранить валовую прибыль на прежнем уровне при понижении продажной цены одного изделия на 5 %: производственную прибыль предприятия?

### Вариант 13

1. Комплексное применение методов управления в практике
2. Виды маркетинга и их задачи в зависимости от спроса и от широты охвата рынка
3. Внутренняя среда организации. Взаимосвязь внутренних переменных организации. Внешняя среда организации.

### Задача

Вы - менеджер фирмы и Вам предстоят переговоры, очень важные для Вас, с представителем другой фирмы по поводу заключения договора. В начале беседы Вы видите, что ваш партнер настроен благожелательно и поэтому эмоционально «расписывает» ему все преимущества Вашего с ним сотрудничества, сопровождая Вашу речь энергичными жестами. Но затем Вы отмечаете, что партнер принимает «закрытую» позу - скрещивает руки на груди и, высказывая свое мнение по данному вопросу, избегает смотреть Вам в глаза.

Вопросы:

1. Что означает данная поза?
2. Какова может быть причина такого поведения партнера?
3. Какие действия Вы предпримете?

### Вариант 14

1. Значимость социальной ответственности менеджера в условиях конкуренции.

2. Сущность, цели, принципы маркетинговых исследований
3. Планирование маркетинговой деятельности.

#### Задача

В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 31,9 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 31,1 руб./шт.

Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.

### **Вариант 15**

1. Понятие менеджмент и маркетинг
2. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.
3. Особенности менеджмента в аграрном секторе экономики

#### Задача

Проанализируйте предлагаемую управленческую ситуацию и дайте обоснованные ответы на предложенные вопросы.

На предприятии, не отличавшемся высокой эффективностью производства, одним из слабых звеньев управления была невысокая исполнительская дисциплина. Руководство предприятия приняло решение о реорганизации системы управления и введении более эффективной системы контроля исполнения.

Какая система контроля исполнения может быть наиболее эффективной? Какова технология контроля исполнения, которую стоило бы внедрить на предприятии?

### **Вариант 16**

1. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
2. Сущность менеджмента: вид деятельности и система управления.
3. Чем вызвана потребность современных организаций в стратегическом планировании и управлении

### Задача

Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 2500 руб. за пару. Часть обуви продал по 3000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20 % и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 3000 руб.

Определить:

- оптовую стоимость товара;
- новую цену продажи остатка товара;
- объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.);
- прибыль от реализации всей партии товара.

### Вариант 17

1. Принципы и методологические основы менеджмента.
2. Принципы, задачи и функции маркетинга.
3. Что представляет собой концепция по управлению персоналом?

Каковы ее цели и составные части?

### Задача

Важная задача менеджера – максимально задействовать творческий потенциал коллектива. Для этого у менеджера имеется следующий диапазон действий:

1. Предлагать сотрудникам работу, способствующую их общению.
2. Проводить с партнерами совещания, советоваться с ними по делам фирмы.
3. Сохранять неформальные группы в коллективе, не мешающие функционированию фирмы.
4. Создавать условия для социальной активности работников.
5. Предлагать сотрудникам более содержательную творческую работу.
6. Обеспечивать им обратную связь в соответствии с достигнутыми результатами.
7. Оценивать и поощрять все положительные достижения каждого сотрудника.
8. Привлекать подчиненных к формулировке целей фирмы и выработке решений.
9. Делегировать подчиненным часть своих

прав и полномочий. 10. Обеспечивать продвижение инициативных подчиненных по служебной лестнице. 11. Организовать постоянную подготовку и переподготовку сотрудников для повышения их компетентности. 12. Открывать для подчиненных возможности развития их потенциала. 13. Предоставить сотрудникам сложную и ответственную работу, которая потребовала бы от них полной самоотдачи. 14. Постоянно развивать у подчиненных творческое начало в работе.

Дайте ответ на следующие вопросы:

1. Какие действия менеджера по увеличению творческой отдачи в работе подчиненных Вы считаете главным и почему? Какие еще меры, по Вашему мнению, может предпринимать менеджер, чтобы добиться роста производительности и повышения активности труда подчиненных?

### **Вариант 18**

1. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
2. Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
3. Понятие конфликта и его природа. Причины возникновения конфликтных ситуаций.

#### **Задача**

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?

## **Вариант 19**

1. Организация труда менеджера и его задачи на каждом уровне управления.
2. Роль маркетинга в управлении предприятием.
3. Кинесика и проксемика в деловых переговорах.

### **Задача**

В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, и поскольку от этого зависит успех в бизнесе, в практике встречаются следующие варианты. 1. Руководитель принимает решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо. 2. Руководитель принимает решение и сообщает, почему он его принял. 3. Руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением подчиненных, приветствует их вопросы, получая, таким образом, возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения. 4. Руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку. 5. Руководитель излагает суть проблемы, спрашивает, какие будут предложения и, выслушав их, принимает решения. 6. Руководитель излагает проблему и просит группу принять решение, оставляя за собой право выбора и утверждение варианта. 7. Руководитель излагает проблему и принимает решение группы.

Какой из предложенных вариантов Вы считаете предпочтительным? Обоснуйте свою позицию.

## **Вариант 20**

1. Деловая культура руководителя, ее составляющие.
2. Имидж, потребительские свойства, ассортимент, качество товара.
3. Делегирование полномочий и норма управляемости как фактор эффективной деятельности предприятия.

### Задача

Вы начальник отдела маркетинга ОАО завода фарфоровых изделий. Планируются отдельные партии сервизов продать в странах Западной Европы. При затратах на производство, равных 2000 руб. за один сервиз, товар планируется продавать по 2500 руб. за один сервиз.

Оптовый независимый посредник распространяет сервизы по 3000 руб. за единицу. Запланированный объем продажи составляет 4000 сервизов в год, при условии, что производитель обязывается затратить на рекламу 30000 руб.

Агент по реализации согласен работать за 7 % (при цене за сервиз, равной 3000 руб.), но он может охватить только 65 % рынка оптовика.

Почта предложила индивидуальную рассылку сервизов по каталогам при стоимости услуг, равной 400 руб. за сервиз.

Определить прибыль производителя, оптовика, агента по продажам и от услуг почты.

### Вариант 21

1. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента, управление человеческими ресурсами.
2. Оценка конкурентоспособности товара.
3. Какую роль выполняет маркетинг в российской экономике?

### Задача

- а) Определите подсистемы у системы «ВУЗ».
- б) Какие связи между ними существуют? Опишите их внешнюю и внутреннюю среду, структуру.
- в) Классифицируйте подсистемы.
- г) Опишите вход, выход, цель, связи указанной системы и ее подсистем.

## **Вариант 22**

1. Информационное обеспечение менеджмента: задачи и виды информации в системе управления производством.
2. Товародвижение и сбыт. Средства стимулирования сбыта.
3. Этика внутрифирменных отношений – как часть корпоративной культуры организации.

### **Задача**

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.

## **Вариант 23**

1. Использование современных информационных технологий в менеджменте.
2. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность стимулирования сбыта.
3. Какими источниками маркетинговой информации может воспользоваться исследователь? Укажите их достоинства и недостатки.

### **Задача**

а) Письменно приведите пример некоторой системы, укажите ее связи с окружающей средой, входные и выходные параметры, возможные состояния системы, подсистемы.

б) Поясните на примере одной из задач, возникающих в данной системе конкретный смысл понятий «решить задачу» и «решение задачи».

в) Поставьте одну проблему для этой системы.

## **Вариант 24**

1. Информация как результат управленческой деятельности.

2. Система планирования маркетинга.
3. Каким образом можно управлять жизненным циклом товара?

#### Задача

Рекламная компания на торговой фирме проводилась с 11 по 18 апреля текущего года. Исходные данные следующие:

- фактическая реализация товара до рекламных мероприятий составила 357 тыс. руб.;
- фактическая реализация товара за апрель составила 1173 тыс. руб.;
- торговая надбавка – 15 %;
- на проведение рекламных мероприятий израсходовано 6,76 тыс. руб.;
- торговая фирма имеет один выходной день в неделю.

Определить экономическую эффективность рекламных мероприятий.

#### Вариант 25

1. Управление конфликтами и эффективность коммуникативных процессов
2. Система организации службы маркетинга и маркетинговый контроль.
3. Как можно оценить результаты коммуникации рекламной кампании?

#### Задача

Вы работаете менеджером в средней по размеру фирме. В руководимом вами трудовом коллективе, как вам стало известно, имеется неформальный лидер. Данный работник имеет более продолжительный, чем у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к Вам.

Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности фирмы, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.
2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:
  - Уволить несогласного лидера;
  - Проигнорировать его мнение;
  - Привлечь на свою сторону;
  - Прочее (обосновать).

### **Вариант 26**

1. Стили руководства. Мотивация деятельности в менеджменте.
2. Организационные структуры маркетинга.
3. Что представляет собой концепция Маркетинга менеджмента Ф. Котлера?

#### **Задача**

Торговое предприятие закупило 400 единиц товара по 230 руб. за единицу и продает по цене 257,1 руб.

Определить: сколько единиц изделий ей нужно закупить, чтобы сохранить валовую прибыль на прежнем уровне при понижении продажной цены одного изделия на 5 %: производственную прибыль предприятия?

### **Вариант 27**

1. Комплексное применение методов управления в практике
2. Виды маркетинга и их задачи в зависимости от спроса и от широты охвата рынка
3. Внутренняя среда организации. Взаимосвязь внутренних переменных организации. Внешняя среда организации.

#### **Задача**

Вы - менеджер фирмы и Вам предстоят переговоры, очень важные для Вас, с представителем другой фирмы по поводу заключения договора. В начале беседы Вы видите, что ваш партнер настроен благожелательно и

поэтому эмоционально «расписываете» ему все преимущества Вашего с ним сотрудничества, сопровождая Вашу речь энергичными жестами. Но затем Вы отмечаете, что партнер принимает «закрытую» позу - скрещивает руки на груди и, высказывая свое мнение по данному вопросу, избегает смотреть Вам в глаза.

Вопросы:

1. Что означает данная поза?
2. Какова может быть причина такого поведения партнера?
3. Какие действия Вы предпримете?

### **Вариант 28**

1. Значимость социальной ответственности менеджера в условиях конкуренции.
2. Сущность, цели, принципы маркетинговых исследований
3. Планирование маркетинговой деятельности.

Задача

В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 31,9 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 31,1 руб./шт.

Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.

## 7 ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Задания для контрольной работы

#### *Вопросы для контрольной работы 1:*

1. Что является объектом управления организации?
2. Что является субъектом управления организации?
3. Сущность, основные понятия и виды менеджмента
4. Охарактеризуйте факторы, которые составляют внутреннюю среду.
5. Охарактеризуйте факторы, которые составляют внешнюю среду.
6. Каковы основополагающие цели и задачи менеджмента?
7. Назовите основные системообразующие категории менеджмента.
8. Охарактеризуйте основные принципы менеджмента.
9. Каковы основные закономерности менеджмента?
10. Эволюция управленческой мысли

#### *Вопросы для контрольной работы 2:*

1. Понятие, классификация организаций
2. Общие и конкретные функции менеджмента
3. Коммуникационные процессы в управлении
4. Сущность и основные понятия маркетинга, его цели, базовые принципы и ключевые функции
5. Спрос в системе маркетинга
6. . Товар и формирование товарной политики
7. Коммерческая деятельность в АПК: маркетинг и коммерция В чем суть японской модели менеджмента?
8. Роль маркетинга в управлении предприятием.
9. Система планирования маркетинга.
10. Организационные структуры маркетинга.

## Ситуационные задачи

### Ситуационная задача № 1 (коммуникации в организации)

Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько ей хорошо работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще-то ничего. Он мне не досаждаёт. Я делаю свою работу». Тогда подруга поинтересовалась: «Но ты же работаешь на одном месте 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда-нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно не понятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, к работе фирмы».

Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности моей работы, то при приеме на фирму мне что-то не очень внятно пояснили, и больше об этом речи не было. Мы с руководителем не особенно общаемся».

Вопросы для анализа ситуации:

1. Какие цели и условия эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?
2. Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?
3. Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?
4. Каким образом можно более эффективно построить обратную связь?

### Ситуационная задача №2 (лидерство)

Ситуация: Вы работаете менеджером в средней по размеру фирме. В руководимом вами трудовом коллективе, как вам стало известно, имеется неформальный лидер. Данный работник имеет более продолжительный, чем

у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к Вам.

Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности фирмы, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.

2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:

- Уволить несогласного лидера;
- Проигнорировать его мнение;
- Привлечь на свою сторону;

Прочее (обосновать).

### **Ситуационная задача № 3 (конфликтная ситуация)**

В коллективе отдела одного НИИ газовой промышленности за годы совместной работы сложились хорошие отношения между всеми членами коллектива. Отдел успешно справлялся с порученными заданиями.

В связи с переводом на другую работу старого начальника отдела на его должность был назначен молодой ученый, известный своими новаторскими разработками. Свою деятельность новый руководитель начал с укрепления трудовой дисциплины: была установлена регистрация времени прихода на работу и ухода с работы, внутренних командировок, установлено время приемов по личным вопросам. Он значительно расширил тематику научных исследований отдела, заключив договоры с производственными организациями в соответствии со своей научной специализацией. Задания подчиненным старался давать как можно более подробно, считая, что сотрудники недостаточно компетентны в данных вопросах и что они строго должны придерживаться инструкций.

Через некоторое время заказчики отметили ухудшение качества научных разработок отдела. В коллективе ухудшились взаимоотношения, повысилась раздражительность, начались конфликты.

Решив, что нужно оздоровить коллектив, начальник отдела предложил уйти на пенсию нескольким сотрудникам, взяв на их место молодых специалистов. Однако положение не улучшилось.

Ваше мнение относительно возникшей ситуации и направлений ее исправления?

Определите:

1. тип конфликта;
2. состав конфликтующих сторон;
3. поводы и истинные причины возникновения конфликтной ситуации;
4. методы и конкретные пути разрешения конфликта.

#### **Ситуационная задача № 4 (задача о деловой этике)**

Вы всеми силами стремитесь к заключению крупного контракта и в ходе переговоров о продаже узнаете, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу. У вас нет желания брать его к себе, но если вы намекнете ему о такой возможности, то он, вероятно, передаст заказ вашей фирме. Как вы поступите?

#### **Ситуационная задача № 5 (вопрос о мотивации работников)**

Допустим, у Вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост не возможен, а доход достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

#### **Ситуационная задача № 6 (этика и предпринимательство)**

Вы работаете в табачной компании и до сих пор не были убеждены в том, что курение сигарет вызывает рак. Недавно Вы ознакомились с отчетом об исследовании, в ходе которого со всей очевидностью установлен связь между курением раковыми заболеваниями. Как Вы поступите?

**Ситуационная задача № 7 (задача о дружбе между подчиненным и руководителем)**

Возможна ли настоящая дружба между руководителем и подчиненным? Привести аргументы за и против.

**Ситуационная задача № 8 (работа менеджера)**

Сотрудник постоянно уклоняется от ответственности, переспрашивает, как следует выполнять текущую работу, но в результате все делает весьма старательно. Сотрудник работает в компании более полугода. Чем может быть вызвана эта ситуация? Каковы Ваши действия?

**Ситуационная задача № 9 (задача о взаимоотношениях с подчиненными)**

Представьте себе, что к Вам в подчинение поступает человек, который ранее работал на должности такого же уровня, как и Ваша. Чем может быть вызван такой переход и каковы Ваши действия?

**Ситуационная задача № 10 (деловые коммуникации)**

Вы – менеджер фирмы и Вам предстоят переговоры, очень важные для Вас, с представителем другой фирмы по поводу заключения договора. В начале беседы Вы видите, что ваш партнер настроен благожелательно и поэтому эмоционально «расписывает» ему все преимущества Вашего с ним сотрудничества, сопровождая Вашу речь энергичными жестами. Но затем Вы отмечаете, что партнер принимает «закрытую» позу – скрещивает руки на

груди и, высказывая свое мнение по данному вопросу, избегает смотреть Вам в глаза.

Вопросы:

1. Что означает данная поза?
2. Какова может быть причина такого поведения партнера?
3. Какие действия Вы предпримете?

### **Ситуационная задача № 11 (самоменеджмент)**

Вы чувствуете, что намеченные на день дела Вы не успеваете сделать вовремя. Помимо того, что уже выполнено, еще нужно провести совещание с руководителями подразделений, заказать билеты на самолет для предстоящей командировки, сделать заказ на поставку товаров и встретиться с рабочими по поводу внедрения в производство новой технологии.

Вопросы:

1. Станете ли Вы стараться все успеть сделать самому?
2. Перепоручите ли какие-нибудь дела своим подчиненным? Если да, то какие и кому?
3. Что Вы перенесете на другие дни?

### **Ситуационная задача № 12 (мотивация)**

В Вашем коллективе работают следующие сотрудники:

1. Вероника Матвеевна – старший мастер, 31 год. Очень подвижная женщина, которая постоянно куда-то торопится, бежит, появляется то там, то здесь. Когда она беседует с кем-то, то постоянно меняет позу, вертит что-то в руках, отвлекается, разговаривает сразу с несколькими людьми. Ее легко заинтересовать всем новым, но она сравнительно быстро остывает. Преобладающее настроение – веселое, бодрое. На вопрос: «Как дела?» – отвечает с улыбкой: «Очень хорошо», - хотя иногда оказывается, что дела и на работе и в личной жизни не так уж хороши. Про свои достижения радостно объявляет всем: «Вот, начальник цеха опять похвалил». Огорчений

не скрывает, рассказывает о них, но всегда бодро добавляет: «Это как-то случайно получилось...»; «Это можно исправить». Иногда огорчается, даже плачет, но недолго. Быстро успокаивается и снова смеется. Несмотря на живость и непоседливость, ее легко дисциплинировать, она охотно прислушивается к советам, старается их выполнить. В делах, особенно в трудных, проявляет большую энергию и заинтересованность, крайне работоспособна. Легко сходится с новыми людьми. Ее охотно слушают в коллективе, считают хорошим человеком. Быстро привыкает к новым требованиям.

2. Лев Викторович – бухгалтер, 38 лет. Спокоен, малоразговорчив. Окружающие говорят, что он глуповат, но работает Лев Викторович хорошо: никогда не делает ошибок в расчетах. Обычно не ссорится. Единственная ссора была связана с тем, что однажды, когда он был в отпуске, его стол был вынесен из кабинета и заменен новым. После возвращения из отпуска он в резкой форме потребовал вернуть стол. Требование было удовлетворено, и Лев Викторович упокоился. Сослуживцы считают, что он очень увлечен работой, так как забывает об обеде и не ходит в столовую. Главный бухгалтер уважает его за аккуратность и добросовестность в работе, но говорит, что Лев Викторович необыкновенно упрям, и заставить его выполнить работу, которую он не хочет делать, невозможно.

3. Татьяна Алексеевна – менеджер, 40 лет. Это безгранично увлекающаяся натура. Часто берет работу не по силам, до крайности подвижна. Она в любую минуту готова сорваться с места и «лететь» в любом направлении. Татьяна Алексеевна вспыльчива. Задание понимает сразу, но в работе делает много ошибок из-за торопливости и невнимательности. Она очень инициативна. Всех «засыпает» вопросами. Очень любит, когда ее хвалят и ставят в пример, на критику сердится и может сорваться, а на тех, кто критикует, затаивает злобу.

Вопросы:

1. Какие основные потребности этих людей согласно пирамиде Маслоу?
2. Какими способами Вам следует удовлетворять их потребности?

### **Ситуационная задача № 13 (методы управления)**

Карина, одна из ваших ассистенток, по Вашим советам неоднократно оканчивала курсы повышения квалификации, чтобы иметь комплексное представление о деятельности Вашей службы. После очередной стажировки в других службах банка она вернулась, чтобы занять пост Вашего референта.

Она работает с рвением, согласовывает с Вами каждый свой шаг по всем проблемам, выполняет все Ваши поручения и проявляет повышенный интерес к усовершенствованию работы.

Вы отдаете себе отчет в том, что она еще не достигла совершенства в работе референта и часто проявляет несостоятельность перед определенными проблемами.

Вопросы:

1. Следует ли применять меры наказания к Карине?
2. Какие методы управления будут действенны для повышения эффективности работы Карины?
3. Какие конкретные действия Вы предпримете?

### **Ситуационная задача № 14 (об этапах принятия решения)**

Какая последовательность из предложенных ниже шагов предпочтительнее при принятии управленческого решения, базирующегося на рациональной модели?

1. Разработка вариантов решений, анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов.
2. Анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, согласование выбранного варианта решения с коллективом, оценка решения проблемы, организация выполнения решения.

3. Формулировка проблемы, выбор приемлемого из вариантов решения проблемы, обсуждение выбранного варианта решения.

4. Формулировка проблемы и проблемной ситуации, разработка вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

5. Формулировка проблемной ситуации, анализ вариантов решений, обсуждение вариантов решения в коллективе, выбор решения, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

Обоснуйте свою позицию.

### **Ситуационная задача № 15 (о факторах внутренней среды)**

Выделите из приведенных факторов и условий развития организации те, которые относятся к ее внутренней среде и составляют содержание ее главных элементов (ресурсов, структуры, культуры):

1. Привлечение и удержание квалифицированных специалистов.
2. Увеличение доли компании на рынке.
3. Внедрение новых информационных технологий в управление компанией.
4. Создание сплоченной управленческой команды.
5. Привлечение долгосрочных стратегических инвестиций.
6. Изменение типа, уровня и интенсивности конкуренции.
7. Повышение качества обслуживания клиентов.
8. Контроль экономии на затратах.
9. Развитие корпоративной культуры.
10. Создание эффективной системы для обмена информацией внутри компании.

### **Ситуационная задача № 16 (о формулировках миссии организации)**

Проанализируйте достоинства и недостатки формулировок миссий нижеследующих известных компаний: как в них отражаются

удовлетворенные потребности, целевой рынок и масштабы удовлетворения потребностей?

Макдональдс - «Быстрое обслуживание клиентов ограниченным набором горячей вкусной пищи в чистых и уютных ресторанах по приемлемой цене по всему миру».

Форд - «Наша миссия - постоянные усовершенствования товаров и услуг и удовлетворение потребностей наших покупателей, что обеспечит процветание бизнеса и справедливый доход акционерам, владельцам нашей компании».

Хонда - «Мы стремимся предлагать наиболее эффективные товары по приемлемым ценам для удовлетворения потребителей всего мира».

### **Ситуационная задача № 17 (об идеальном подчиненном)**

Определить индивидуально-личностные качества, которые необходимы Вам – менеджеру отдела продаж, и выберите инструменты для их определения. Опишите идеального для Вас подчиненного.

### **Ситуационная задача № 18 (Собеседование)**

Вы приходите в организацию ОАО «Логистик», на собеседование, для того, чтобы занять вакантную должность менеджера по логистике. Каковы ваши основные действия? Ваш внешний вид, ваше резюме?

### **Темы научных дискуссий (круглых столов)**

*Задание к теме 1:* Привести примеры, подтверждающие, что не существует «правильного» способа управления.

*Задание к теме 2:* Проанализируйте с точки зрения бизнес-этики такие действия как выдача заработной платы «в конвертах», использование «серых» (страховых) способов начисления зарплаты.

*Задание к теме 3:* Попробуйте доказать обратное оппоненту, утверждающему, что существуют условия, при которых менеджер получает право «переступить» через принцип законности.

*Задание к теме 4:* Ваш оппонент утверждает, что хорошему управляющему незачем знать основы теории существования и законы развития организаций, а достаточно только иметь дар убеждения и предпринимательскую смекалку. Попробуйте доказать обратное.

*Задание к теме 5:* Приведите примеры, доказывающие, что очередь у касс стадиона - это не организация. Какие признаки организации мы не наблюдаем в этом случае?

*Задание к теме 6:* Почему организационная структура управления не может быть одинаковой для агрофирмы и предприятия розничной торговли.

*Задание к теме 7:* Разнообразие методов управления трудовыми коллективами в зависимости от уровня материального благосостояния сотрудников: российская действительность. Действительно ли увеличение заработной платы может не быть стимулом?

*Задание к теме 8:* Причины, по которым один и тот же стиль управления не может быть применим к различным подразделениям организации.

*Задание к теме 9:* Должен ли менеджер обладать харизмой? Насколько это важно?

## 8 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Сущность и развитие менеджмента и маркетинга.
2. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.
3. Понятие менеджмент и маркетинг
4. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
5. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
6. Эволюция менеджмента.
7. Регулирование и контроль в системе менеджмента.
8. Факторы повышения эффективности менеджмента
9. Основы управления предприятием.
10. Основные характеристики предприятия с учетом его отраслевой принадлежности.
11. Влияние внешней и внутренней среды на результативность работы предприятия.
12. Построение организации. Организационные отношения в системе менеджмента.
13. Развитие структуры управления в условиях рыночной экономики и их особенности.
14. Менеджмент человеческих ресурсов.
15. Организация труда руководителя.
16. Методы управления и этика менеджмента.
17. Классификация методов управления.
18. Роль социально-психологических методов в управлении персоналом.
19. Методы управления, их взаимосвязи и взаимодействие при решении управленческих задач.
20. Стили руководства.
21. Мотивация деятельности в менеджменте.
22. Конфликтность в менеджменте.
23. Анализ и разрешение конфликтных ситуаций.

24. Культура менеджмента и этика управления.
25. Технология разработки и принятия управленческих решений.
26. Классификация управленческих решений. Этапы подготовки и принятия управленческих решений.
27. Разработка и выбор управленческих решений. Моделирование ситуаций и разработка алгоритма решения управленческих проблем.
28. Коммуникации в управлении.
29. Классификация товаров. Конкурентоспособность товара.
30. Характеристики жизненного цикла товара - объем продаж и размер прибыли. Проектирование оптимального жизненного цикла товара.
31. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием.
32. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.
33. Маркетинговые исследования и информация.
34. Сущность, задачи и методы маркетинговых исследований.
35. Товар в маркетинговой деятельности.
36. Комплексное исследование товарного рынка.
37. Сегментация рынка.
38. Позиционирование товара.
39. Емкость рынка продукции пищевой промышленности.
40. Распределение товара и стимулирование сбыта.
41. Товарная политика. Цены и ценовая политика.
42. Формирование товарной политики и рыночной стратегии.
43. Формирование концепции и стратегии товарной политики с целью повышения конкурентоспособности.
44. Продуктовая программа предприятия и торговый ассортимент.
45. Диверсификация.
46. Процесс проникновения товара на рынок.
47. Цена товара и методы ее формирования.
48. Ценовая стратегия предприятия.
49. Организация деятельности маркетинговой службы.

50. Распределение товара и стимулирование сбыта.
51. Товародвижение и сбыт.
52. Выбор каналов распределения.
53. Продвижение товара.
54. Средства стимулирования сбыта.
55. Роль рекламы в формировании спроса и стимулирования сбыта.
56. Маркетинговые коммуникации.
57. Методы распространения рекламы.
58. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
59. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность
60. Стимулирования сбыта.

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная учебная литература

1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093460>  
<https://znanium.com/catalog/document?id=358515>
2. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н. Д. Эриашвили, В. К. Старостенко. — 4-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 302 с. — ISBN 978-5-238-01485-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81784.html>
3. Менеджмент. Маркетинг. Лидерство. Лучшее за 2015 год: Справочное пособие - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 212 с. (Harvard Business Review 10 лучших статей) ISBN 978-5-9614-6187-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=333395>
4. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-394-03547-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358214>
5. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. — 12-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 656 с. - ISBN 978-5-394-02540-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358373>

### Дополнительная учебная литература

1. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. — ISBN 978-5-238-02203-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>
2. Кнышова, Е. Н. Менеджмент: Учебное пособие / Кнышова Е. Н. - Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 304 с.: - (Профессиональное

образование). - ISBN 978-5-8199-0106-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=355736>

3. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=353911>

4. Чаплина, А. Н. Введение в менеджмент: Учебное пособие / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Еронкевич Н.Н. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 132 с.: ISBN 978-5-7638-3558-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=320936>

5. История менеджмента : учеб. пособие / Э.М. Коротков, А.А. Беляев, Е.М. Трененков [и др.] ; под ред. Э.М. Короткова. — Москва : ИНФРА-М, 2018 — 240 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/1077](http://www.dx.doi.org/10.12737/1077). - ISBN 978-5-16-003803-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=300733>

## Приложение А

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА

Факультет управления

### Контрольная работа по дисциплине

#### «Менеджмент и маркетинг»

Вариант № \_\_\_\_\_

Выполнил(а) студент(ка) \_\_\_\_\_ курса  
заочной формы обучения

группа \_\_\_\_\_

направление \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись, Ф.И.О. студента)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент

\_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О. преподавателя)

Краснодар  
201\_

# **МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

*Методические указания*

*Составитель: **Серая** Наталья Николаевна*

Подписано в печать .2020. Формат 60 x 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Усл. печ. л. – 5,4. Уч.-изд. л. – 4,2.

Кубанский государственный аграрный университет  
350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13