



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСИ

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе модуля)
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки
35.03.08 ВОДНЫЕ БИОРЕСУРСЫ И АКВАКУЛЬТУРА

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

рыболовства и аквакультуры
кафедра менеджмента

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>УК-6.1: Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.</p>	<p>Менеджмент и маркетинг</p>	<p><u>Знать:</u> историю создания международной и российской систем экологического управления; нормативно-правовую базу и основные положения создания эффективного экологического менеджмента; политические и социально-экономические предпосылки природоохранной деятельности; опыте развитых стран, регионов России и известных рыбопромышленных компаний в сфере формирования систем экологического управления.</p> <p><u>Уметь:</u> применять в практической деятельности нормы и требования российского и международного экологического законодательства; разрабатывать необходимую проектную и разрешительную документацию по вопросам экологического менеджмента; оценивать состояние системы экологического менеджмента рыбопромышленной организации и выработать предложения по его развитию; общаться с различными категориями руководителей и рядовых сотрудников по созданию эффективной системы</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			экологического менеджмента. <i>Владеть:</i> информационными системами по законодательству с целью поиска необходимых нормативно-правовых документов.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий;
- задания по контрольным работам.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачета, относятся:

- промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения всех тем дисциплины студентами. Тесты сформированы на основе материалов лекций и вопросов, рассмотренных в рамках практических занятий. Тесты являются наиболее эффективной и объективной формой оценивания знаний, умений и навыков, позволяющей выявлять не только уровень учебных достижений, но и структуру знаний, степень ее отклонения от нормы по профилю ответов учащихся на тестовые задания.

Тестирование обучающихся проводится в течении 10-15 минут, в зависимости от уровня сложности материала после рассмотрения соответствующих тем. Типовые задания для тестирования представлены в приложении № 1.

Положительная оценка («зачтено») выставляется в зависимости от количества правильных ответов (от 6 и более правильных ответов на 15 вопросов теста).

3.2 В приложении № 2 приведены темы практических занятий и вопросы, рассматриваемые на них. Задания для подготовки к практическим занятиям и материал необходимый для подготовки к ним представлены в учебно-методическом пособии, размещенном в электронной среде.

3.3 В приложении № 3 приведены задания для выполнения контрольной работы. Контрольная работа направлена на приобретение и глубокого осмысления новых знаний, превращения их в прочные убеждения. Выполнение контрольных работ помогает овладевать навыками самостоятельной работы с литературой и учебными материалами: выделять в ней главные положения, анализировать сложные вопросы, подбирать конкретный фактический и цифровой материал, обобщать изучаемые явления, делать на этой основе правильные выводы, грамотно и логично излагать свои мысли.

Порядок выбора задания для выполнения контрольной работы и сами задания для практической части работы приведены в учебно-методическом пособии для студентов заочной формы обучения.

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Промежуточная аттестация – заключительный этап оценки качества усвоения учебной дисциплины, приобретенных в результате ее изучения знаний, умений и навыков в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 05.04.2022).

Заведующий кафедрой


_____ В. В. Дорофеева

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры водных биоресурсов и аквакультуры (протокол № 5 от 08.04.2022 г.).

Заведующий кафедрой



С.В. Шibaев

Приложение № 1

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Вариант 1

Индикатор достижения компетенции УК-6.1: использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

1. Основоположником теории и практики менеджмента является:

1.	А. Файоль
2.	Д. Траут
3.	Ф. Котлер
4.	Г. Минцберг

2. Роль маркетолога в экономической жизни общества это ...

1.	организация транспортно-экспедиторских услуг, управление материальными запасами, таможенное оформление и распределение товаров;
2.	ведение коммерческих переговоров с партнерами, выполнение функции по руководству торговым процессом;
3.	финансирование проектов, крупномасштабные инвестиции, управление капиталами;
4.	сбор информации об экономических явлениях и процессах внешней и внутренней среды, проведение исследований, формирование оптимального ассортимента товаров, организация рекламы товаров и обслуживания покупателей;

3. Маркетинговая деятельность это ...

1.	деятельность, связанная с торговлей;
2.	предпринимательская деятельность;
3.	деятельность, направленная на изучение рынка, работу с потребителем;

4. Объекты маркетинговой деятельности – это ...

1.	движимое имущество, недвижимое имущество, предприятия (включая материальные и нематериальные активы)
2.	товар, услуга;
3.	ценные бумаги;

5. Миссия организации:

1.	выражает смысл существования организации;
2.	отражает точку зрения большинства членов организации;
3.	фиксирует доминирующую функциональную область в организации;

6. Внешняя среда отличается от внутренних факторов:

1.	большой сложностью составляющих;
2.	большим числом групп факторов;
3.	неуправляемостью факторов внешней среды.
4.	невозможностью стоимостного выражения состояния переменных.

7. Основные составляющие комплекса маркетинга – это...

1.	товарная политика
2.	товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика
3.	сбытовая политика
4.	коммуникативная политика
5.	ценовая политика

8. При управлении группой, созданной по принципу «команды» целесообразно использовать:

1.	власть должностного положения и власть авторитета
2.	власть информации и власть компетенции
3.	власть влияния и власть награждения

9. «Дерево целей» строится посредством:

1.	разделения общей цели на подцели;
2.	группировки целей по функциям менеджмента;
3.	разделения целей по интересам собственников, руководителей;
4.	группировки целей по критериям эффективности.

10. Децентрализация управления...

1.	обеспечивает стратегическую направленность управления
2.	обеспечивает гибкость и маневренность управления
3.	устраняет дублирование управленческих функций

11. Процесс делегирования полномочий предполагает:

1.	передачу части полномочий подчиненным с соответствующей долей ответственности
2.	проявление подчиненными инициативы при выполнении отдельных работ
3.	назначение рабочих заданий, обязанностей сотрудникам организации

12. Самоутверждение – это...

1.	полная ориентация руководителя на достижение результатов при отсутствии способности объяснить достижения окружающим
2.	полная ориентация руководителя на себя с целью продвижения по служебной лестнице
3.	желание выгодно преподнести себя окружающим

13. Структурные характеристики группы охватывают:

1.	системы вознаграждения в группе
2.	статус и роли
3.	личные симпатии и антипатии между членами группы

14. Основными функциональными обязанностями руководителя высшего звена управления являются:

1.	тактическое планирование, регулирование, контроль
2.	определение миссии, стратегическое планирование, контроль, мотивация
3.	организация, оперативная деятельность, контроль, регулирование

15. Норма управляемости выше на следующих уровнях иерархии управления:

1.	на низших уровнях
2.	на средних уровнях
3.	на высших уровнях

Вариант 2

Индикатор достижения компетенции УК-6.1: использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

1. Руководство – это ...

1.	психологическая характеристика взаимоотношений в группе
2.	социальная характеристика
3.	харизматическая особенность

2. В соответствии с теорией «Х» Дугласа МакГрегора человек:

1.	стремится к проявлению самостоятельности;
2.	обладает творческим мышлением;
3.	проявляет интерес к работе вне зависимости от форм мотивации;
4.	не любит работать и старается избежать ответственности;

3. Жизненный цикл товара — это...

1.	интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара
2.	интервал времени с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации
3.	интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы

4. Первичной, базовой потребностью в иерархии А. Маслоу является потребность...

1.	в самовыражении, самоопределении;
2.	в общественном признании;

3.	в безопасности;
4.	физиологические;
5.	социальные

5. Тактическому уровню управления на предприятии соответствует ...

1.	координация и решение оперативных задач компании;
2.	разработка кадровой стратегии организации;
3.	оценка перспективных направлений развития организации.

6. Выделите правильную формулировку понятия «Управление»

1.	организация деятельности, направленная на достижение цели;
2.	получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов;
3.	налаживание системы внутрифирменных коммуникаций;

7. Выделить верное определение понятия индивидуалистской организации:

1.	свободное, открытое, добровольное объединение людей, осуществляющих совместную деятельность
2.	система связи между людьми в процессе осуществление ими совместной деятельности на основе замкнутости, ограниченного доступа, максимальной централизации руководства
3.	автономная рабочая группа, выполняющая совместные задачи.

8. А. Файоль является представителем школы управления:

1.	поведенческой (школы человеческих отношений
2.	количественной;
3.	классической (административной
4.	научной.

9. Метод SWOT-анализа включает следующие составляющие:

1.	политические, социальные, экономические и технологические;
2.	сильные, слабые стороны, возможности и угрозы;
3.	новый рынок, старый рынок, новый товар, старый товар.

10. Одно из главных отличий лидера и руководителя:

1.	используемые источники власти
2.	отношение к функциональным обязанностям
3.	отношение к персоналу

11. Партисипативный стиль – это...

1.	невысокий уровень заботы и о людях, и о производстве;
2.	является директивным, отражает высокий уровень заботы о производстве
3.	стиль, отражающий высокий уровень заботы о людях;

12. Авторитарный стиль управления предполагает:

1.	поощрение инициативы подчиненных и привлечение их к выдвижению предложений;
2.	что ответственность за принятие решений сосредоточена в руках подчиненных;
3.	руководитель использует дистанционирование в отношениях с подчиненными.

13. Основной задачей маркетинговой службы является:

1.	организация своевременной доставки товаров покупателям;
2.	обеспечение бесперебойности производственного процесса на предприятии;
3.	разработка и реализаций стратегии и тактики маркетинга, разработка маркетинговых программ и обеспечение их реализации;
4.	научно-исследовательская и проектно-конструкторская работа.

14. основоположником теории и практики маркетинга является:

1.	А. Файоль
2.	Д. Траут
3.	Ф. Котлер
4.	Г. Минцберг

15. На этапе спада жизненного цикла товара назначают цену:

1.	повышенную
2.	стабильную
3.	пониженную

Вариант 3

Индикатор достижения компетенции УК-6.1: использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

1. Сегментация рынка — это ...

1.	разделение рынка на более мелкие составляющие;
2.	укрупнение рынка;
3.	объединение мелких сегментов рынка в крупные сегменты.

2. Основными методами управления являются:

1.	организационные, контролирующие, регламентирующие;
2.	административные, экономические, социально-психологические;
3.	организационные, мотивационные, распорядительские.

3. Наибольшая детализация характерна для следующих целей организации:

1.	для краткосрочных
2.	для среднесрочных

3.	для долгосрочных
----	------------------

4. Понятию «власть» соответствует следующее определение:

1.	возможность оказывать определенное влияние на поведение людей с помощью права распоряжаться чем-либо, авторитета, подчинения своей воле;
2.	поведение одного человека, которое вносит изменения в образ мыслей и действия другого человека;
3.	манера поведения руководителя

5. Основными функциональными обязанностями руководителя низшего звена управления являются:

1.	прогнозирование, координация, регулирование, стратегический контроль
2.	определение миссии, стратегическое планирование, контроль, мотивация
3.	организация, оперативная деятельность, контроль, регулирование

6. Организационная культура организации — это...

1.	представления, разделяемые сотрудниками организации и ее руководством;
2.	четко и конкретно сформулированные задачи на ближайший период;
3.	цель развития организации;

7. Основой комплекса маркетинга является:

1.	Потребитель;
2.	Экономическая ситуация;
3.	Конкуренция;
4.	4-Р.

8. Определите потребности, свойственные всем людям:

1.	в самовыражении, самоопределении;
2.	в общественном признании;
3.	в безопасности;
4.	физиологические;
5.	социальные

9. Позиционирование – это...

1.	разделение рынка на части;
2.	анализ рынка;
3.	масштабная рекламная компания;
4.	определение места для своего товара в ряду аналогов.

10. В соответствии с теорией «Y» Дугласа МакГрегора человек:

1.	стремится к проявлению самостоятельности;
2.	избегает ответственности;
3.	не любит работать и старается избежать ответственности;

11. Основными функциями менеджмента являются:

1.	делегирование, мотивация, планирование, координация, убеждение;
2.	контроль, мотивация, планирования, организация; координация
3.	управление персоналом, принятие решений, планирование, мотивация,
4.	целеполагание, управление маркетингом, контроллинг, мотивация, координация

12. Выделить верное определение понятия корпоративной организации:

1.	свободное, открытое, добровольное объединение людей, осуществляющих совместную деятельность
2.	система связи между людьми в процессе осуществление ими совместной деятельности на основе замкнутости, ограниченного доступа, максимальной централизации руководства
3.	автономная рабочая группа, выполняющая совместные задачи.

13. Стратегическому уровню управления на предприятии соответствует:

1.	решение отдельных слабо структурированных задач;
2.	обеспечение устойчивого функционирования отдельных функциональных подразделений;
3.	разработка кадровой стратегии организации;
4.	оценка производительности труда работников.

14. К факторам косвенного воздействия внешней среды относят...

1.	производство, маркетинг, кадры, финансы;
2.	экономические, политические, социальные;
3.	посредники, потребители, поставщики;
4.	потребители и конкуренты

15. А. Маслоу, Макгрегор являются представителями школы...

1.	поведенческой (школы человеческих отношений
2.	количественной;
3.	классической (административной
4.	научной.

Приложение 2

ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Практическое занятие 1. Введение в менеджмент

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Сущность и содержания понятия «менеджмент»
- Вопрос 2. Виды менеджмента.
- Вопрос 3. Научные школы менеджмента.
- Вопрос 4. Экологический менеджмент

Практическое занятие 2. Организационная структура и организационная культура

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Сущность и содержание понятия «организационная структура» и факторы, влияющие на проектирование организационной структуры.
- Вопрос 2. Виды организационных структур.
- Вопрос 3. Сущность и содержания понятия «организационная культура», составляющие и методы управления организационной культурой.

Практическое занятие 3. Мотивация и лидерство в менеджменте

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Мотивация и ее роль в менеджменте, теории мотивации.
- Вопрос 2. Тайм-менеджмент.
- Вопрос 3. Лидерство, личное влияние, стили лидерства и управления.
- Вопрос 4. Организация групповой работы, конфликты в организации.

Практическое занятие 4. Планирование и прогнозирование как функции менеджмента

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Функции в системе менеджмента.
- Вопрос 2. Прогнозирование в менеджменте. Планирование как функция менеджмента.
- Вопрос 3. Стратегическое планирование и управление.

Практическое занятие 5. Маркетинг как функция менеджмента и самостоятельная концепция управления

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Маркетинг как вид деятельности и функция организации.
- Вопрос 2. Основные категории маркетинга
- Вопрос 3. Основные концепции маркетинга.

Практическое занятие 6. Маркетинговая среда

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Понятие среды маркетинга: внешняя (макросреда и микросреда) и внутренняя среда.
- Вопрос 2. PEST -анализ в маркетинге.
- Вопрос 3. SWOT – анализ в маркетинге.

Практическое занятие 7. Комплекс маркетинга

Рассматриваемые вопросы:

- Вопрос 1. Маркетинговый комплекс и его составляющие.

Вопрос 2. Специфика комплекса маркетинга в сфере услуг.

Вопрос 3. Особенности разработки комплекса маркетинга.

Практическое занятие 8. Стратегический маркетинг

Рассматриваемые вопросы:

Вопрос 1. Этапы разработки маркетинговой стратегии фирмы.

Вопрос 2. Методы ABC -XYZ-анализа в маркетинге.

Вопрос 3. Основные стратегические матрицы (BCG matrix, Ансоффа, МакКинзи, Абея)

Приложение 3

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Вариант № 1

1. Сущность и содержания понятия «менеджмент»
2. Основные стратегические матрицы (МакКинзи, Абея)

Вариант № 2

1. Виды менеджмента.
2. Основные стратегические матрицы (Ансоффа)

Вариант № 3

1. Научные школы менеджмента.
2. Основные стратегические матрицы (BCG matrix, Абея)

Вариант № 4

1. Сущность и содержание понятия «организационная структура» и факторы, влияющие на проектирование организационной структуры.
2. Методы ABC- XYZ-анализа в маркетинге.

Вариант № 5

1. Виды организационных структур.
2. Этапы разработки маркетинговой стратегии фирмы.

Вариант № 6

1. Сущность и содержания понятия «организационная культура», составляющие
2. Особенности разработки комплекса маркетинга.

Вариант № 7

1. Методы управления организационной культурой.
2. Специфика комплекса маркетинга в сфере услуг.

Вариант № 8

1. Мотивация и ее роль в менеджменте, теории мотивации.
2. Маркетинговый комплекс и его составляющие.

Вариант № 9

1. Тайм-менеджмент.
2. SWOT – анализ в маркетинге.

Вариант № 10

1. Лидерство, личное влияние, стили лидерства и управления.
2. PEST -анализ в маркетинге.

Вариант № 11

1. Организация групповой работы, конфликты в организации.
2. Понятие среды маркетинга: внешняя (микросреда) и внутренняя среда.

Вариант № 12

1. Функции в системе менеджмента.
2. Понятие среды маркетинга: внешняя (макросреда) и внутренняя среда.

Вариант № 13

1. Прогнозирование в менеджменте.
2. Основные концепции маркетинга.

Вариант № 14

1. Планирование как функция менеджмента.
2. Основные категории маркетинга

Вариант № 15

1. Стратегическое планирование и управление.
2. Маркетинг как вид деятельности и функция организации.