

**СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»**

Отделение среднего профессионального образования

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

"Основы менеджмента и маркетинга"

(наименование дисциплины)

Оценочные материалы рекомендованы МССН для специальности/профессии:

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

"Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)"

(наименование специальности/профессии ОП СПО)

Семестр реализации: 2 курс, 4 семестр

Сочи, 2022

1. НАЗНАЧЕНИЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОС создается в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта для аттестации обучающихся на соответствие их достижений поэтапным требованиям соответствующей образовательной программы для проведения текущего оценивания, а также промежуточной аттестации обучающихся. ФОС является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения образовательной программы, входит в состав образовательной программы.

ФОС – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений (результатов обучения) запланированным результатам освоения рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и образовательных программ.

ФОС сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности добиться успеха.

ФОС подлежат ежегодному пересмотру и обновлению.

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень контролируемых компетенций

Шифр	Компетенция
ПК 2.4.	Отражать в бухгалтерских проводках зачет и списание недостачи ценностей (регулировать инвентаризационные разницы) по результатам инвентаризации;
ПК 2.3.	Проводить подготовку к инвентаризации и проверку действительного соответствия фактических данных инвентаризации данным учета;
ПК 2.2.	Выполнять поручения руководства в составе комиссии по инвентаризации активов в местах их хранения;
ПК 1.3.	Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы;
ОК 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 04.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

3. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

3.1. Текущий контроль

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Показатель	Критерий	Шкала		
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.	3	2	1

Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое	4	3	2
Высокий Максимальность	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку,	5 (соответствует критерию «высокий»)	4	3

3.2. Описание фонда оценочных средств

3.2.1. Критерии оценивания письменных и устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы может проводиться устный опрос по предыдущим темам.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- осознанность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается способность грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся: полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

3.2.2. Примерный перечень оценочных средств

3.2.3. Примеры оценочных средств

Примеры оценочных средств (при наличии) представлены в Приложении к рабочей программе дисциплины "Основы менеджмента и маркетинга"

[Открыть приложение](#)

3.3. Темы докладов, рефератов, презентаций

4. ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ

4.1. Оценочные средства для промежуточной аттестации

ФОС для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) Основы менеджмента и маркетинга предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяют определить результаты освоения дисциплины.

Рабочей программой предусмотрены:

- рубежный контроль по окончании изучения отдельных разделов программы;
- промежуточный контроль.

Формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является:

Курс	Семестр	Вид контроля
2	4	Другие формы контроля

4.2. Критерии оценивания

При оценке устного ответа учитываются: полнота и правильность ответа; степень осознанности, понимания изученного; языковое оформление ответа.

«5» ставится в том случае, если обучающийся: правильно понимает сущность вопроса, дает точное определение и истолкование основных понятий; строит ответ по собственному плану, сопровождает ответ новыми примерами, умеет применить знания в новой ситуации; может установить связь между изучаемым и ранее изученным материалом в том числе при изучении других предметов.

«4» ставится, если: ответ удовлетворяет основным требованиям к ответу на 5, но дан без использования собственного плана, новых примеров, применения знаний в новой ситуации, допущена одна ошибка или не более двух недочетов и обучающийся может их исправить самостоятельно или с небольшой помощью преподавателя.

«3» ставится, если обучающийся: правильно понимает сущность вопроса, но в ответе имеются отдельные пробелы в усвоении вопросов курса, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала; умеет применять полученные знания при решении простых задач по готовому алгоритму.

«2» ставится, если: обучающийся не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы и допустил больше ошибок и недочетов, чем необходимо для оценки 3.

Оценка «1» ставится в том случае, если обучающийся не может ответить ни на один из поставленных вопросов.

Критерии оценки выполнения практического задания

Критерии оценки практического задания

«5» ставится если: обучающийся выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; получил правильные результаты и выводы; правильно и аккуратно выполнил все записи, вычисления, в рассуждениях и обосновании решения нет пробелов и ошибок; в решении нет математических ошибок (возможна одна неточность, описка, не являющаяся следствием незнания или непонимания учебного материала).

«4» ставится, если работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения

недостаточны; выполнены требования к оценке 5, но допущены 2-3 недочета, или не более одной ошибки и одного недочета.

«3» ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов в выкладках, но учащийся владеет обязательными умениями по проверяемой теме.

«2» ставится, если работа выполнена не полностью и объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов; работа проводилась неправильно, допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не владеет обязательными умениями по данной теме в полной мере.

«1» ставится, если: работа показала полное отсутствие у учащегося обязательных знаний и умений по проверяемой теме или значительная часть работы выполнена не самостоятельно.

Оценка «5» соответствует высокому уровню, оценка «4» – базовому, оценка «3» – пороговому.

4.3. Вопросы для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету, блок Менеджмент:

- 1 Определение менеджмента, его цели и задачи.
- 2 Характеристика функций
- 3 Характеристика принципов,
- 4 Характеристика методов менеджмента.
- 5 Менеджеры, его роли.
- 6 Цель, задачи, определение организации.
- 7 Характеристики организации.
- 8 Определение ОСУ, принципы.
- 9 Бюрократический тип ОСУ, виды структур.
- 10 Органический тип ОСУ, виды структур.
- 11 элементы внутренней среды организации.
- 12 Внешняя среда: факторы отдаленного влияния.
- 12 Внешняя среда: факторы производственного влияния,
- 12 Внешняя среда факторы оперативного окружения.
- 13 Виды социальной ответственности организации.
- 14 Социальные подходы.
- 15 Виды коммуникаций в системе управления.
- 16 Причины, мешающие правильному восприятию информации.
- 17 Требования к управленческим решениям.
- 18 Классификация управленческих решений.
- 19 Этапы принятия управленческих решений.
- 20 Виды и принципы планирования.
- 21 Стратегическое планирование.
- 22 Текущее планирование.
- 23 Бизнес-планирование.
- 24 Содержательные теории мотивации.
- 25 Процессуальные теории мотивации.
- 26 Контроль: цели, функции, формы.
- 26 Виды контроля. Принципы осуществления контроля.
- 27 Руководство: основные понятия власти, теории власти Д.Макгрегора.
- 28 Основные подходы к руководству.
- 29 Матрица стилей руководства.
- 30 Стили руководства в зависимости от уровня зрелости исполнителей.
- 31 Источники руководящей силы.
- 32 Конфликт: причины, способы развития.
- 33 Виды конфликтов. Структурные методы управления конфликтами.
- 34 Межличностные стили разрешения конфликтов.
- 35 Элементы делового общения.

- 36 Современные подходы к мотивации персонала организации.
 - 37 Оценка эффективности менеджмента.
 - 38 Коммуникационный процесс, понятие, основные элементы, этапы, их характеристика.
- Вопросы к зачету, блок маркетинг
- 1 Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России.
 - 2 Концепции развития рыночных отношений.
 - 3 Отличительные особенности маркетинга и социально-этичного маркетинга от других концепций развития рыночных отношений.
 - 4 Классический комплекс маркетинга, его отличия от структуры маркетинговой деятельности.
 - 5 Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.
 - 6 Классификация маркетинга по сфере применения, приоритетности задач, краткая характеристика отдельных видов.
 - 7 Группы маркетинга по широте охвата, их отличительные особенности.
 - 8 Сегментирование: понятие, назначение, признаки.
 - 9 Критерии выбора сегмента рынка, анализ возможностей освоения сегмента рынка.
 - 10 Объекты маркетинга: понятие, общность и различия разных понятий, виды и разновидности потребностей.
 - 11 Виды спроса и взаимосвязанные с ними типы маркетинга.
 - 12 Потребители: понятие, классификация, сегментирование.
 - 13 Службы и организации маркетинга, их основные задачи и функции. Требования к специалисту по маркетингу.
 - 14 Организационные структуры управления маркетингом.
 - 15 Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.
 - 16 Макросреда маркетинга; понятие, субъекты и неконтролируемые факторы.
 - 17 Конкурентная среда: понятие, виды конкуренции, их характеристика, правовая база регулирования.
 - 18 Конкурентоспособность организаций: критерии, методы обеспечения.
 - 19 Классификация средств маркетинга, их краткая характеристика.
 - 20 Товар как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика.
 - 21 «Рыночный жизненный цикл» товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов.
 - 22 Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы.
 - 23 Ценовая политика: понятие. Цели, задачи и направления ценообразования. Назначение цен в маркетинге.
 - 24 Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.
 - 25 Стратегии ценообразования.
 - 26 Средства сбыта товаров: уровни, широта и возможности каналов сбыта.
 - 27 Сбытовая политика: понятие, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.
 - 28 Торговые посредники: виды и типы. Сравнительная характеристика посредников разных типов.
 - 29 Классификация методов маркетинга: их краткая характеристика.
 - 30 Методы изучения спроса, их сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам
 - 31 Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам.
 - 32 Реклама: цели, задачи и функции, средства, носители.
 - 33 История возникновения и совершенствования рекламы.
 34. Правовые основы рекламы, требования к ней.
 - 35 Классификация рекламы, сравнительная характеристика разных групп и видов рекламы.
 - 36 Модель потребительского восприятия рекламы.
 - 37 Рекламная кампания фирмы. Оценка эффективности рекламы разных видов.
 - 38 Направления и виды стратегии маркетинга.

- 39 Стратегическое планирование: основные этапы, их краткая характеристика.
- 40 Виды, цели, задачи и особенности маркетинговых исследований.
- 41 Бизнес-планирование и его маркетинговые аспекты.
- 42 Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы отбора, анализ.
- 43 Методы маркетинговых исследований, их сравнительная характеристика.
- 44 Правила составления анкет. Виды вопросов в анкетах.

4.4. Перечень компетенций, которые сформированы у обучающихся при успешном выполнении заданий

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся осваивают следующие компетенции:

Раздел/Тема	Компетенции
Раздел 1. Основы менеджмента организации	
Раздел 2. Основы маркетинга организации	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Изучение дисциплины Основы менеджмента и маркетинга является базой для освоения студентами курсов профессионального цикла, формирует базу для овладения профессиональными компетенциями, которые могут быть применены в видах профессиональной деятельности в соответствии с Государственным образовательным стандартом профессионального образования.

В процессе изучения дисциплины предполагается проведение практических занятий для закрепления теоретических знаний, тематика практических занятий учитывает специфику получаемой специальности.

С целью закрепления и систематизации знаний, формирования самостоятельного мышления в программе предусмотрены часы для самостоятельной работы студентов.

При изучении дисциплины - внимание студента будет обращено на её прикладной характер, на то, где и когда изучаемые теоретические положения и практические навыки могут быть использованы в будущей практической деятельности.