

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
«Мамадышский политехнический колледж»  
(ГАПОУ «Мамадышский ПК»)**

УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора по ТО  
 Ахметшина А.Д.  
«01» 09 2025 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
по учебной дисциплине**

**ОП.05 ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

по специальности  
43.02.15 Поварское и кондитерское дело

**2025 г.**

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине разработана на основе рабочей программы по дисциплине и Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело, приказ Министерства образования и науки от 9 декабря 2016 г. № 1565 (ред. от 03.07.2024) (Зарегистрировано в Минюсте России 20.12.2016 № 44828)

Обсуждена и одобрена на заседании Протокол № 1  
предметно-цикловой комиссии «29» августа 2025 г.  
преподавателей и мастеров Председатель ПЦК:  
производственного обучения Шамсутдинова В.В.  
общепрофессиональных дисциплин

Разработчик: Шамсутдинова Венера Васильевна, преподаватель

## **Содержание**

- 1.Паспорт фонда оценочных средств по программе дисциплины
- 1.1.Область применения
- 1.2. Система контроля и оцени освоения программы учебной дисциплины
- 1.2.1.Организация контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины
2. Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний
3. Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
  - 3.1. Перечень вопросов и типовых и практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине
  - 3.2.Задания для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 3.3. Перечень наглядных пособий ,справочных и нормативных документов, разрешённых к использованию на промежуточной аттестации по дисциплине
- 4.Тематика рефератов, проектов для текущего контроля умений и знаний

## **1. Паспорт фонда оценочных средств**

### **1.1. Область применения**

Фонд оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины ОП.05 **Основы экономики, менеджмента и маркетинга** программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 43.02.15 **Поварское и кондитерское дело.**

Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке:

<b>Код ПК, ОК</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ПК 1.1-1.4</b>	– участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанных бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;	– понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории;
<b>ПК 2.1-2.8</b>		– принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли;
<b>ПК 3.1-3.7</b>		– виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства),
<b>ПК 4.1-4.6</b>		– сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации;
<b>ПК 5.1-5.6</b>		
<b>ПК 6.1-6.4</b>		
<b>ОК 01</b>		
<b>ОК 02</b>		
<b>ОК 03</b>		
<b>ОК 04</b>	– рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанных бизнеса и анализировать их динамику;	
<b>ОК 05</b>		
<b>ОК 06</b>		
<b>ОК 07</b>		
<b>ОК 09</b>		
<b>ОК 10</b>		
<b>ОК 11</b>		
<b>ЛР1-ЛР16.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;</li> <li>– рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;</li> <li>– проводить инвентаризацию на предприятиях питания;</li> <li>– пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам;</li> <li>– цели и задачи организации ресторанных бизнеса, понятие концепции организации питания;</li> <li>– этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;</li> <li>– факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);</li> <li>– функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на</li> </ul>

	<p>кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборота, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов</li> <li>– анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;</li> <li>– вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;</li> <li>– калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанных бизнеса;</li> <li>– рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанных бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,</li> <li>– рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;</li> </ul>	<p>предприятия питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанных бизнеса и методы определения эффективности их использования;</li> <li>– понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборота, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;</li> <li>– понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;</li> <li>– источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,</li> <li>– учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;</li> <li>– понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;</li> </ul>
--	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;</li> <li>– выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;</li> <li>– управлять конфликтами и стрессами в организации;</li> <li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;</li> <li>– анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;</li> <li>– составлять бизнес-план для организации ресторанный бизнеса</li> <li>– анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;</li> <li>– прогнозировать изменения на рынке ресторанный бизнеса и восприятие потребителями меню;</li> <li>– анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанный бизнеса;</li> <li>– грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и</li> </ul>	<p>ребования к реализации продукции общественного питания;</p> <p>– оличественный и качественный состав персонала организации;</p> <p>– оказатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;</p> <p>– формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;</p> <p>– состав издержек производства и обращения организаций ресторанный бизнеса;</p> <p>– механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанный бизнеса;</p> <p>– основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;</p> <p>– понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;</p> <p>– сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;</p> <p>– налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанный бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;</p> <p>– понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;</p> <p>– сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль,</p>
--	--	--

	<p>услуг на рынке);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанных бизнеса</li> </ul>	<p>коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– стили управления;</li> <li>– способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала</li> <li>– правила делового общения в коллективе;</li> <li>– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;</li> <li>– понятие сегментация рынка;</li> <li>– методы проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);</li> <li>– организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанных бизнеса</li> </ul>
--	--	---

*Проверяемые компетенции:*

ПК 1.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления полуфабрикатов в соответствии с инструкциями и регламентами

ПК 1.2. Осуществлять обработку, подготовку экзотических и редких видов сырья: овощей, грибов, рыбы, нерыбного водного сырья, дичи

ПК 1.3. Проводить приготовление и подготовку к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента

ПК 1.4. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур полуфабрикатов с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления горячих блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами

ПК 2.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации супов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.3. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение горячих соусов сложного ассортимента

ПК 2.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд и гарниров из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из яиц, творога, сыра, муки сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.7. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из мяса, домашней птицы, дичи, кролика сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 2.8. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур горячих блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных блюд, кулинарных изделий, закусок в соответствии с инструкциями и регламентами

ПК 3.2. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение холодных соусов, заправок с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации салатов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации канапе, холодных закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из мяса, домашней птицы, дичи сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 3.7. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 4.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных и горячих сладких блюд, десертов, напитков в соответствии с инструкциями и регламентами

ПК 4.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 4.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 4.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 4.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 4.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных и горячих десертов, напитков, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 5.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами

ПК 5.2. Осуществлять приготовление, хранение отделочных полуфабрикатов для хлебобулочных, мучных кондитерских изделий

ПК 5.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации хлебобулочных изделий и праздничного хлеба сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 5.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации мучных кондитерских изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 5.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации пирожных и торты сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 5.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур хлебобулочных, мучных кондитерских изделий, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей

ПК 6.1. Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

ПК 6.2. Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями

ПК 6.3. Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала

ПК 6.4. Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам

ОК 02 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 09 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

*Проверяемые личностные результаты:*

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том

числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере сервиса домашнего и коммунального хозяйства

ЛР 14 Выполняющий профессиональные навыки в сфере сервиса домашнего и коммунального хозяйства с учетом специфики субъекта Российской Федерации

ЛР 15 Выполняющий трудовые функции в сфере сервиса домашнего и коммунального хозяйства

ЛР 16 Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере сервиса домашнего и коммунального хозяйства

### **Фонд оценочных средств позволяет оценивать:**

#### **1.1.1. Освоенные умения и усвоенные знания:**

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Формы и методы оценки</b>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> – понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75%	<b>Текущий контроль при проведении:</b> -письменного/устного опроса;

<p>теории;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли;</li> <li>– виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства),</li> <li>– сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации;</li> <li>– классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам;</li> <li>– цели и задачи организации ресторанных бизнеса, понятие концепции организации питания;</li> <li>– этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;</li> <li>– факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);</li> <li>– функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации;</li> <li>-виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанных бизнеса и методы определения эффективности их использования;</li> <li>– понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборотиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;</li> <li>– понятие продуктового баланса</li> </ul>	<p>правильных ответов. Не менее 75%</p> <p>правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям,</p> <p>полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии</p>	<p>-тестирования;</p> <p>-оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.)</p> <p><b>Промежуточная аттестация</b> в форме экзамена в виде: -письменных/ устных ответов, -тестирования</p>
--	---	---

<p>организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,</li> <li>– учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;</li> <li>– понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;</li> <li>- требования к реализации продукции общественного питания;</li> <li>- количественный и качественный состав персонала организации;</li> <li>- показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;</li> <li>– формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;</li> <li>– состав издержек производства и обращения организаций ресторанных бизнеса;</li> <li>– механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанных бизнеса;</li> <li>– основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;</li> <li>– понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;</li> <li>– сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским</li> </ul>		
---	--	--

<p>кредитом, уплачиваемых предприятием банку;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанных бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;</li> <li>– понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;</li> <li>– сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;</li> <li>– стили управления;</li> <li>– способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала</li> <li>– правила делового общения в коллективе;</li> <li>– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;</li> <li>– понятие сегментация рынка;</li> <li>– методы проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);</li> <li>– организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанных бизнеса.</li> </ul>		
<p><i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанных бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;</li> <li>– рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанных бизнеса и анализировать их динамику;</li> <li>– анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;</li> <li>– рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;</li> <li>– проводить инвентаризацию на</li> </ul>	<p>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие требованиям</p> <p>Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д.</p> <p>Точность оценки, самооценки выполнения</p> <p>Соответствие</p>	<p><b>Текущий контроль:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по практическим занятиям;</li> <li>- оценка заданий для самостоятельной работы,</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий на экзамене</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>– предприятиях питания;</li> <li>– пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве);</li> <li>– оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборота, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов</li> <li>– анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;</li> <li>– вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;</li> <li>– калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанный бизнеса;</li> <li>– рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанный бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,</li> <li>– рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;</li> <li>– планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;</li> <li>– выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;</li> <li>– управлять конфликтами и стрессами в организации;</li> <li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;</li> <li>– анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;</li> <li>– составлять бизнес-план для организации ресторанный бизнеса</li> </ul>	<p>требованиям инструкций, регламентов Рациональность действий и т.д.</p>	
---	---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;</li> <li>– прогнозировать изменения на рынке ресторанных бизнеса и восприятие потребителями меню;</li> <li>– анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанных бизнеса;</li> <li>– грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);</li> <li>– проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанных бизнеса</li> </ul>		
--	--	--

**В ходе оценивания учитываются в том числе и личностные результаты (см. раздел 2 Программы воспитания).**

## **1.2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины:**

В соответствии с локальными актами и учебным планом изучение дисциплины **ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга** завершается в форме экзамена, а текущий контроль осуществляется в форме защиты оценки деятельности во время практических работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, решения практических ситуаций, подготовке исследовательских и творческих работ, создании презентаций.

### **1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины**

Промежуточная аттестация освоенных умений и усвоенных знаний по дисциплине **ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга** осуществляется на экзамене. Условием допуска к экзамену является положительная текущая аттестация по практическим работам учебной дисциплины, ключевым теоретическим вопросам дисциплины. Экзамен проводится по разработанным заданиям для промежуточной аттестации. К критериям оценки уровня подготовки обучающегося относятся:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного учебной программой по дисциплине;
- умения обучающимся использовать теоретические знания при выполнении практических заданий;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

Дополнительным критерием оценки уровня подготовки обучающегося может являться результат научно-исследовательской, проектной деятельности, промежуточная оценка портфолио обучающегося.

При проведении экзамена по учебной дисциплине уровень подготовки обучающихся оценивается в баллах: «5» («отлично»), «4» («хорошо»), «3» («удовлетворительно»), «2» («неудовлетворительно»).

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала и дополнительной литературы, а также творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании материала.

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся, проявившему полное знание программного материала, освоившему основную рекомендательную литературу, показавшему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

Оценка «удовлетворительно» ставится обучающемуся, проявившему знания основного программного материала в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на экзамене, но обладающему необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся, обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

## **2. Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний**

### **Содержание:**

1. Задания для тестового контроля
2. Задания для тематического контроля

## **2.1.1. Задания для тестового контроля**

### **Раздел Основы экономики**

#### **Тема: Трудовые ресурсы и оплата труда на предприятии**

#### **Тест №1**

- 1 Какой из показателей является стоимостным показателем производительности труда:
- а) количество произведенной продукции, приходящееся на одного вспомогательного рабочего;
  - б) затраты времени на производство единицы продукции;
  - в) стоимость произведенной продукции, приходящаяся на единицу оборудования;
  - г) стоимость произведенной продукции, приходящаяся на одного среднесписочного работника;**
  - д) стоимость материалов, приходящаяся на одного рабочего
2. Какое из понятий характеризует выработку:
- а) количество продукции, произведенное в среднем на одном станке;
  - б) стоимость произведенной продукции, приходящейся на одного среднесписочного работника**
  - в) время на производство запланированного объема продукции;
  - г) номенклатура выпускаемой продукции;
  - д) стоимость основной продукции, приходящейся на одного рабочего**
3. Заработка плата, начисляемая за объем произведенной продукции с выплатой премии за выполнение и перевыполнение планового задания – это:
- а) прямая сдельная зарплата;
  - б) простая повременная;
  - в) повременно – премиальная;
  - г) сдельно – премиальная;**
  - д) сдельно – прогрессивная
4. Наиболее характерное условие применения повременной оплаты труда:
- в) возможность точно планировать и учитывать количество заготовок, обрабатываемых работниками;
  - б) возможность технического нормирования труда;
  - в) производственный процесс строго регламентирован технологическим процессом;**
  - г) имеются значительные заказы на производимую продукцию, а численность рабочих ограничена
5. Выработка в натуральном или стоимостном выражении определяется как:
- а) отношение объема товарной продукции к среднесписочной численности работников;**
  - б) отношение среднесписочной численности работников к объему товарной продукции;
  - в) отношение количества отработанного времени к объему произведенной продукции
6. Уменьшение показателя производительности труда (выработка)
- а) сокращением объема производства;**
  - б) неизменным объемом производимой продукции;

в) увеличением объема производимой продукции

7. Какой из показателей является трудовым показателем производительности труда:

а) станкоемкость;

**б) трудоемкость;**

в) материалоемкость;

г) фондоемкость;

д) энергоемкость

8. Наибольшее распространение получил показатель выработки в:

а) натуральном выражении;

б) условно-натуральном выражении;

**в) стоимостном;**

г) трудовом

9. Повременная форма оплаты труда предусматривает оплату труда в соответствии с количеством:

а) оказанных услуг;

б) изготовленной (отработанной) продукции;

**в) отработанного времени**

10. Для измерения эффективности использования трудовых ресурсов используются показатели:

а) материалоемкости;

**б) трудоемкости;**

в) фондоемкости;

**г) выработка**

## Тест №2

1. Заработка плата, начисляемая за фактически отработанное время по установленным тарифным ставкам или окладам – это:

а) прямая сдельная зарплата;

**б) простая повременная;**

в) повременно – премиальная;

г) сдельно – премиальная;

д) сдельно – прогрессивная

2. Размер оплаты рабочего – сдельщика не зависит от:

а) количества сделанных деталей;

б) расценки на изделие;

**в) отработанного времени;**

г) тарифной ставки первого разряда;

д) тарифного коэффициента соответствующего разряда

3. «Покупательная способность» номинальной заработной платы – это:

**а) реальная заработная плата;**

б) минимальная зарплата;

в) повременная зарплата

4. Одним из принципов организации заработной платы является:
- а) опережающий темп роста средней заработной платы по сравнению с темпом роста производительности труда;
  - б) опережающий темп роста производительности труда по сравнению с темпом роста средней заработной платы;**
  - в) одинаковые темпы роста производительности труда и заработной платы;
  - г) замедление темпов роста заработной платы по сравнению с темпами роста инфляции
5. Сдельная расценка – это:
- а) показатель увеличения размера заработной платы в зависимости от месторасположения предприятия;
  - б) затраты на освоение предприятий, цехов, агрегатов;
  - в) средний тарифный коэффициент;
  - г) размер заработной платы за единицу продукции или работы**
6. Начисленная и полученная работником заработка плата за его труд за определенный период – это:
- а) минимальная заработка плата;
  - б) номинальная зарплата;**
  - в) реальная зарплата
7. Какие показатели характеризуют уровень производительности труда:
- а) фондоотдача;
  - б) выработка на работающего;**
  - в) трудоемкость продукции;**
  - г) фондоооруженность труда
8. Ответственность предприятия перед наемными работниками вызывает необходимость:
- а) выбора рационального метода ценообразования;
  - б) осуществления автоматизации производства;**
  - в) создания условий высокопроизводительного труда;**
  - г) проведение маркетинговых исследований.
9. Что входит в состав тарифной системы:
- а) тарифные ставки;
  - б) тарифные сетки;
  - в) должностные оклады;
  - г) тарифно-квалификационный справочник;
  - д) все перечисленное**
10. Что характеризует производительность труда:
- а) эффективность затрат труда;
  - б) эффективность использования оборудования;
  - в) эффективность использования материальных ресурсов

## Тема: Основные средства предприятия

### Тест №1

1. К основным производственным фондам относится:  
а) **оборудование производственного назначения;**  
б) парк автомашин;  
в) оборудование поликлиники;  
г) станки, установленные в рабочем корпусе заводского ПТУ
  
2. К активной части основных фондов относятся средства труда:  
а) сооружения;  
б) здания;  
**в) инвентарь;**  
**г) транспортные средства;**  
д) оборудование
  
3. Отношением вновь введенных основных фондов к их стоимости на конец периода исчисляется:  
а) коэффициент прироста;  
б) коэффициент выбытия фондов;  
**в) коэффициент обновления;**  
г) коэффициент замены фондов
  
4. К базовым видам оценки основных фондов относятся:  
а) полная первоначальная, полная восстановительная и балансовая стоимость;  
**б) полная первоначальная, полная восстановительная и остаточная стоимость;**  
в) полная восстановительная, балансовая и остаточная стоимость
  
5. Изношенность основных фондов характеризует:  
**а) остаточная стоимость;**  
б) восстановительная стоимость;  
в) первоначальная стоимость
  
6. Моральный износ – это:  
**а) понижение стоимости действующих основных фондов в результате появления новых их видов, более дешевых и более производительных;**  
б) потеря основными фондами технических свойств и характеристик в результате эксплуатации, атмосферного воздействия, условий хранения;  
в) процесс перенесения стоимости основных фондов на производимую продукцию;  
г) денежное выражение части стоимости основных фондов, перенесенной на готовый продукт
  
7. При увеличении нормы амортизации:  
**а) повысится себестоимость продукции;**  
б) замедлится процесс перенесения стоимости основных фондов на продукт;  
в) уменьшатся поступления в бюджет;  
г) понизится стоимость продукции

8. Приобретен автомобиль с предполагаемым пробегом 200 тыс. км. стоимостью 400 тыс. руб. В отчетном периоде пробег составил 20 тыс. км. Годовая сумма амортизации, начисленная способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) оставила:

- а) 20 тыс. руб.;
- б) 40 тыс. руб.;**
- в) 60 тыс. руб.;
- г) 10 тыс. руб.

9. Фондоотдача рассчитывается как отношение произведенной продукции к:

- а) среднегодовой стоимости ОПФ;**
- б) первоначальной стоимости ОПФ;
- в) восстановительной;
- г) остаточной

10. Максимальная эффективность производства достигается в случае:

- а) когда фондооруженность труда растет более быстрыми темпами, чем производительность труда;
- б) когда производительность труда растет более быстрыми темпами, чем фондооруженность труда;**
- в) когда темпы роста фондооруженность труда и производительности труда совпадают;
- г) эти показатели не зависят

## Тест№2

1. На предприятии за отчетный период объем выпуска и реализации продукции составляет 700 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов составила 350 тыс. руб. Фондоемкость составила:

- а) 2 руб./руб.;
- б) 0,5 руб./руб.;**
- в) 1050 тыс. руб.;
- г) 24,5 тыс. руб.

2. Лизинг – это:

- а) залог взаимных требований;
- б) форма долгосрочной аренды;**
- в) переуступка платежных требований банку.

3. Основные производственные фонды – это:

- а) материальные и нематериальные элементы, используемые предприятием в производственной деятельности;
- б) средства труда, участвующие во многих производственных циклах, сохраняющие свою натуральную форму и переносящие стоимость на изготовленную продукцию частями по мере износа;**
- в) имущество предприятия, которое используется в течение нескольких производственных циклов, сохраняя свою натуральную форму и не перенося своей стоимости на продукт;
- г) предметы труда, используемые только в одном производственном цикле, меняющие свою натуральную форму и полностью переносящие стоимость на изготовленный продукт;

4. К основным фондам относятся:

- а) здания, сооружения, рабочий скот;**
- б) транспортные средства, оборудование, продукт, продуктивный скот;
- в) рабочий скот, многолетние насаждения, денежные средства;**
- г) покупные полуфабрикат, готовая продукция, сырье

5. Показателем воспроизводства фондов не является коэффициент:

- а) прироста;
- б) обновления;
- в) выбытия;
- г) интенсивности использования сточного парка**

6. Полная первоначальная стоимость – это:

- а) оценка воспроизводства основных фондов в современных условиях на момент переоценки;
- б) сумма фактических затрат в действующих ценах на приобретение или создание средств труда;**
- в) стоимость, по которой основные фонды учитываются в балансе предприятия по данным бух. учета об их наличии и движении

7. Методами переоценки основных фондов являются:

- а) экспертный метод;**
- б) равномерно-линейный;
- в) кумулятивный;
- г) индексный**

8. Моральный износ происходит:

- а) от бездействия основных фондов;
- б) в случае роста производительности труда в отраслях, изготавливающих данные основные фонды;**
- в) в результате влияния различных внешних условий;
- г) в результате появления машин того же назначения, но более производительных**

9. Быстрое развитие НТП влечет за собой:

- а) снижение нормы амортизации;
- б) увеличение срока службы основных фондов;
- в) более высокую норму амортизации и меньший срок службы основных фондов;**
- г) замедление морального устаревания

10. Первоначальная стоимость основных средств 500 тыс. руб., срок полезного использования 5 лет, коэффициент ускорения – 2. Амортизационные отчисления за первый год, начисленные способом уменьшаемого остатка составили:

- а) 50 тыс. руб.;
- б) 100 тыс. руб.;
- в) 200 тыс. руб.;**
- г) 250 тыс. руб.

### **Тест №3**

1. Коэффициент сменности определяется как отношение:
  - а) количества отработанных станко-смен за сутки к среднегодовой стоимости нормы оборудования;
  - б) количества смен, отработанных за сутки, к количеству установленного оборудования;
  - в) количества работающего оборудования в наибольшую смену к количеству наличного оборудования;
  - г) количества отработанных станко-смен за сутки к максимальному количеству работающего оборудования в одной из смен**
2. Уровень использования машин и оборудования по их производительности характеризует:
  - а) интегральный коэффициент;
  - б) коэффициент экстенсивного использования;
  - в) коэффициент интенсивного использования;**
  - г) показатель фондоотдачи
3. На предприятии за отчетный период объем выпуска и реализации продукции составляет 700 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов составила 350 тыс. руб. Фондоотдача составила:
  - а) 2 руб./руб.;**
  - б) 0,5 руб./руб.;
  - в) 1050 тыс. руб.;
  - г) 24,5 тыс. руб.
4. К основным средствам не относятся:
  - а) передаточные устройства;
  - б) производственные запасы;**
  - в) рабочий скот;
  - г) легковой автотранспорт
5. Между коэффициентом прироста и коэффициентом обновления основных фондов существует:
  - а) прямая связь: чем выше Кпр, тем выше Кобн;**
  - б) обратная связь;
  - в) это независимые величины
6. Полная восстановительная стоимость:
  - а) выражает оценку воспроизводства основных фондов в современных условиях на момент переоценки;**
  - б) выражает стоимость средств труда, не перенесенных на изготовленную продукцию;
  - в) в 3 раза больше, чем полная первоначальная стоимость;
  - г) исчисляется как разница между полной первоначальной стоимостью и остаточной стоимостью
7. Моральный износ первого вида происходит:
  - а) от бездействия основных фондов;
  - б) в случае роста производительности труда в отраслях, изготавливающих данные основные фонды;**

- в) в результате влияния различных внешних условий;  
г) в результате появления машин того же назначения, но более производительных

8. Эквивалентность начисляемой амортизации экономическому снашиванию обеспечивает функция амортизации:

- а) воспроизводственная;**  
б) распределительная;  
в) стимулирующая;  
г) регулирующая

9. Первоначальная стоимость основных средств 600 тыс. руб., срок полезного использования 4 года. Величина амортизационных отчислений, начисленная способом списания стоимости по сумме лет полезного использования для первого года:

- а) 150 тыс. руб.,  
б) 300 тыс. руб.;  
**в) 240 тыс. руб.;**  
г) 180 тыс. руб.

10. Показатель фондоемкости характеризует:

- а) размер объема товарной продукции, приходящейся на 1 руб. основных производственных фондов;  
б) уровень технической оснащенности труда;  
**в) удельные затраты основных фондов на 1 руб. реализованной продукции;**  
г) количество оборотов оборотных средств

#### Тест №4

1. Уровень использования активной части основных производственных фондов во времени характеризует:

- а) интегральный коэффициент;  
**б) коэффициент экстенсивного использования;**  
в) коэффициент интенсивного использования;  
г) показатель фондоотдачи

2. Годовой объем выпуска изделий 300 тыс. шт. Производственная мощность цеха – 330 тыс. шт. Коэффициент интенсивной загрузки оборудования:

- а) 99 %;  
б) 1,1;  
**в) 0,91;**  
г) 0,63

3. К активной части основных фондов не относятся средства труда:

- а) оборудование;  
**б) здания;**  
в) инвентарь;  
г) транспортные средства;  
**д) сооружения**

4. Отношением выбывших основных фондов к их стоимости на начало периода исчисляется:

- а) коэффициент прироста;
- б) коэффициент выбытия фондов;**
- в) коэффициент обновления;
- г) коэффициент замены фондов

5. Остаточная стоимость – это:

- а) разница между полной первоначальной стоимостью и начисленным износом;**
- б) доход от перепродажи основных фондов, бывших в употреблении;
- в) стоимость, по которой основные фонды учитываются в балансе предприятия по данным бух. учета об их наличии и движении;
- г) сумма фактических затрат на покупку или создание средств труда

6. Моральный износ второго вида происходит:

- а) от бездействия основных фондов;
- б) в случае роста производительности труда в отраслях, изготавливающих данные основные фонды;
- в) в результате влияния различных внешних условий;
- г) в результате появления машин того же назначения, но более производительных**

7. Потеря средствами труда своих первоначальных качеств – это:

- а) моральный износ первой формы;
- б) моральный износ второй формы;
- в) физический износ;**
- г) экономический износ

8. Первоначальная стоимость основных средств 120 тыс. руб. срок полезного использования 10 лет. Ежемесячная сумма амортизационных отчислений, исчисленная линейным способом, составляет:

- а) 10 тыс. руб.;
- б) 20 тыс. руб.;
- в) 1 тыс. руб.;**
- г) 1,2 тыс. руб.

9. Показатель фондоотдачи характеризует:

- а) размер объема товарной продукции, приходящейся на 1 руб. основных производственных фондов;**
- б) уровень технической оснащенности труда;
- в) удельные затраты основных фондов на 1 руб. реализованной продукции;
- г) количество оборотов оборотных средств

10. Уровень использования машин и оборудования как во времени, так и по производительности характеризует:

- а) интегральный коэффициент;**
- б) коэффициент экстенсивного использования;
- в) коэффициент интенсивного использования;
- г) показатель фондоотдачи

## Тема: Оборотные средства предприятия

### Тест №1

1. Оборотные средства – это средства, авансированные в:
  - а) основные производственные фонды и фонды обращения;
  - б) оборотные производственные фонды;
  - в) оборотные производственные фонды и фонды обращения;**
  - г) основные и оборотные производственные фонды
2. Увеличение времени оборота оборотных средств при неизменном объеме продукции и при прочих равных условиях приводит к:
  - а) повышению потребности в оборотных средствах;**
  - б) уменьшению потребности в оборотных средствах;
  - в) сохранению их на прежнем уровне;
  - г) не оказывает влияния на величину оборотных средств
3. Количество оборотов, которое совершают оборотные средства в течение рассматриваемого периода, показывает коэффициент:
  - а) закрепления;
  - б) загрузки средств в обороте;
  - в) коэффициент оборачиваемости;**
  - г) время оборота
4. Выручка от реализации за квартал 200 тыс. руб., средний остаток оборотных средств – 40 тыс. руб. Коэффициент закрепления оборотных средств равен:
  - а) 5;
  - б) 0,2;**
  - в) 18;
  - г) 800
5. Объем незавершенного производства не включает:
  - а) изделия, законченные изготовлением, но не полностью укомплектованные;
  - б) изделия и полуфабрикаты до сдачи на склад готовой продукции;
  - в) изделия, законченные изготовлением, но не принятые службой контроля качества;
  - г) изделия, законченные изготовлением и принятые заказчиком**
6. Высвобождение оборотных средств может быть:
  - а) номинальным и реальным;
  - б) абсолютным и относительным;**
  - в) первичным и вторичным
7. Какие стадии проходят оборотные средства:
  - а) денежную, товарную;
  - б) товарную, производственную, денежную;**
  - в) денежную и реализационную;
  - г) денежную, реализационную, товарную
8. Денежные средства в кассе и на расчетном счете относятся к:
  - а) медленно реализуемым оборотным средствам;

- б) быстро реализуемым;
- в) абсолютно ликвидным**

9. Денежные средства, краткосрочные финансовые вложения относятся к оборотному капиталу с:

- а) минимальным риском вложений;**
- б) с малым риском вложений;
- в) со средним риском;
- г) с высоким риском вложений

10. При ускорении обрачиваемости оборотных средств объем реализованной продукции:

- а) уменьшается;
- б) увеличивается;**
- в) не изменяется

## Тест №2

1. Оборотные производственные фонды – это:

- а) материальные и нематериальные элементы, используемые предприятием в производственной деятельности;
- б) средства труда, участвующие во многих производственных циклах, сохраняющие свою натурульную форму и переносящие стоимость на изготавливаемую продукцию частями по мере износа;
- в) имущество предприятия, которое используется в течение нескольких производственных циклов, сохраняя свою натурульную форму и не перенося своей стоимости на продукт;
- г) предметы труда, используемые только в одном производственном цикле, меняющие свою натурульную форму и полностью переносящие стоимость на изготавляемый продукт**

2. Совокупный норматив – это:

- а) средний норматив;
- б) сумма частных нормативов;**
- в) наибольший норматив;
- г) разность между наибольшим и наименьшим нормативом

3. Оборотные производственные фонды не включают:

- а) незавершенное производство;
- б) готовую продукцию;**
- в) расходы будущих периодов;
- г) производственные запасы

4. Количество оборотных средств на рубль реализованной продукции показывает коэффициент:

- а) материоотдачи;
- б) загрузки средств в обороте;**
- в) коэффициент обрачиваемости;
- г) время оборота

5. Об улучшении использования оборотных средств свидетельствует увеличение:

**а) коэффициента оборачиваемости оборотных средств;**

б) длительности оборота оборотных средств;

в) коэффициента загрузки средств в обороте

6. Незавершенное производство при увеличении длительности производственного цикла:

а) уменьшается;

б) не изменяется;

**в) увеличивается**

7. Какой показатель не используется при оценке эффективности оборотных средств:

**а) коэффициент сменности;**

б) количество оборотов;

в) длительность одного оборота;

г) стоимость высвобождения оборотных средств

8. Выручка от реализации за квартал 200 тыс. руб., средний остаток оборотных средств – 40 тыс. руб. Количество оборотов оборотных средств равно:

а) 5;

б) 0,2;

в) 18;

г) 800

9. Готовая продукция на складе, дебиторская задолженность относятся к:

а) медленно реализуемым оборотным средствам;

**б) быстро реализуемым;**

в) абсолютно ликвидным

10. Отличительная особенность фондов обращения:

а) функционируют в сфере производства;

**б) не участвуют в образовании стоимости;**

в) полностью переносят стоимость на готовое изделие;

г) функционирует в виде предметов труда

### Тест №3

1. По экономическому содержанию оборотные средства делятся на:

а) денежные средства и предметы труда;

б) денежные средства и производственные запасы;

**в) оборотные производственные фонды и фонды обращения;**

г) готовую продукцию и дебиторскую задолженность

2. Оборотные производственные фонды по вещественному содержанию не включают:

а) производственные запасы сырья и материалов;

б) полуфабрикаты собственного производства;

**в) ноу – хай;**

г) незавершенное производство

3. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств показывает:

- а) сумму оборотных средств для бесперебойной работы предприятия;
- б) время полного оборота оборотных средств;
- в) количество оборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период**

4. Какие виды запасов не включаются в производственные запасы:

- а) текущие запасы;
- б) запасы неустановленного оборудования;**
- в) транспортный запас;
- г) страховой запас;
- д) технологический запас

5. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств за год определяется:

- а) выручка от продаж/среднегодовой остаток оборотных средств;**
- б) 360 дней/коэффициент оборачиваемости оборотных средств (в оборотах);
- в) среднегодовой остаток оборотных средств / выручка от продаж;
- д) выручка от продаж / 360 дней

6. При сокращении интервала между поставками оборачиваемость оборотных средств:

- а) уменьшается;**
- б) не изменяется;
- в) увеличивается

7. Какой элемент оборотных средств не нормируется:

- а) производственные запасы;
- б) незавершенное производство;
- в) дебиторская задолженность;**
- г) готовая продукция

8. Выручка от реализации за квартал 200 тыс. руб., средний остаток оборотных средств – 40 тыс. руб. Продолжительность оборота оборотных средств равна:

- а) 5;
- б) 0,2;
- в) 18;**
- г) 800

9. Сомнительная дебиторская задолженность, товары, не пользующиеся спросом, относятся к оборотному капиталу с:

- а) минимальным риском вложений;
- б) с малым риском вложений;
- в) со средним риском;
- г) с высоким риском вложений**

10. Минимальная плановая сумма оборотных средств, необходимая для обеспечения нормального, бесперебойного процесса производства – это:

- а) норма оборотных средств;
- б) норматив оборотных средств;**
- в) норма материальных ресурсов;
- г) норматив оборотных средств в производственных запасах

**Тема: Ценообразование**  
**Тест №1**

1. Общественно-необходимые затраты труда на выпуск и реализацию продукции отражает ... функция цены:
  - a) стимулирующая;
  - б) учетная;**
  - в) сбалансирования спроса и предложения;
  - г) распределительная
  
2. По характеру обслуживаемого оборота цены делятся на:
  - a) единые и региональные;
  - б) твердые, текущие, скользящие, сезонные;
  - в) оптовые, розничные, закупочные и др.;**
  - г) текущие, средние, неизменные
  
3. Цены, меняющиеся в рамках одного контракта и отражающие изменение ситуации на рынке – это цены:
  - a) твердые;
  - б) текущие;**
  - в) скользящие;
  - г) сезонные
  
4. Отпускная цена предприятия включает:
  - a) себестоимость продукции, прибыль предприятия;
  - б) себестоимость продукции, прибыль предприятия, наценку посреднических организаций;
  - в) себестоимость продукции, косвенные налоги;
  - г) себестоимость продукции, прибыль предприятия, косвенные налоги**
  
5. Через включение в цену косвенных налогов реализуется ... функция цены:
  - a) стимулирующая;
  - б) учетная;
  - в) сбалансирования спроса и предложения;
  - г) распределительная**
  
6. В зависимости от территории действия цены делятся на:
  - а) единые и региональные;**
  - б) твердые, текущие, скользящие, сезонные;
  - в) оптовые, розничные, закупочные и др.;
  - г) текущие, средние, неизменные
  
7. Цены, устанавливаемые на изделия с длительным сроком изготовления, позволяющие учитывать изменения в издержках производства за период их производства – это цены:
  - а) твердые;
  - б) текущие;
  - в) скользящие;**
  - г) сезонные

8. Оптовая рыночная цена включает:

- а) себестоимость продукции, прибыль предприятия;
- б) себестоимость продукции, прибыль предприятия, наценку посреднических организаций;
- в) отпускную цену предприятия и наценку посреднических организаций;**
- г) себестоимость продукции, прибыль предприятия, косвенные налоги

9. Особенностью «целевого ценообразования» является:

- а) при установлении цены включение в калькуляцию средних затрат на производство единицы продукции;
- б) ориентация цены на основные параметры изделий;
- в) определение плановой величины прибыли по каждому конкретному товару;**
- г) при установлении цены включение в калькуляцию полных затрат на производство единицы продукции;

10. По времени действия цены делятся на:

- а) единые и региональные;
- б) твердые, текущие, скользящие, сезонные;**
- в) оптовые, розничные, закупочные и др.;
- г) текущие, средние, неизменные

### Тест №2

1. Цены, устанавливаемые производителями продукции на основе спроса и предложения – это цены:

- а) регулируемые;
- б) в условиях полной или частичной монополизации рынка;
- в) свободные;**
- г) договорно – контрактные

1. Розничная цена включает:

- а) отпускную цену предприятия и наценку посреднических организаций;
- б) оптовую рыночную цену и торговую наценку;**
- в) себестоимость продукции, прибыль предприятия, косвенные налоги;
- г) себестоимость продукции, прибыль предприятия, наценку посреднических организаций

3. Последовательность этапов ценообразования на предприятии:

- а) выбор метода ценообразования;
- б) определение уровня спроса на товар;
- в) анализ цен и товаров конкурентов;
- г) расчет цены изделия  
**(б, в, а, г)**

4. Затратный метод ценообразования – это:

- а) способ включения в себестоимость процентов по долгосрочным кредитам;
- б) метод, учитывающий фактические затраты предприятия на производство и продажу продукции;**
- в) способ ускорения оборачиваемости оборотных средств

5. Ускорение НТП, улучшение качества продукции, увеличение выпуска продукции и спроса на нее проявляется в .... функции цены:

- а) учетной;
- б) распределительной;
- в) стимулирующей;**
- г) оценочной

6. В зависимости от сферы регулирования цены делятся на:

- а) единые и региональные;
- б) твердые, текущие, скользящие, сезонные;
- в) оптовые, розничные, закупочные и др.;
- г) свободные; договорно – контрактные; цены в условиях частичной монополизации; регулируемые**

7. Цены, действующие в пределах определенного периода времени (контракта) – это цены:

- а) твердые;**
- б) текущие;
- в) скользящие;
- г) сезонные

8. Последовательность этапов ценообразования на предприятии:

- а) расчет цены изделия;
  - б) выбор метода ценообразования;
  - в) постановка цели ценообразования;
  - г) оценка издержек производства
- (в, г, б, а)**

9. Какой показатель не участвует в формировании оптовой цены предприятия:

- а) себестоимость единицы продукции;
- б) уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости;
- в) уровень рентабельности, рассчитанный по производственным фондам**

10. Цены, складывающиеся на рынке под воздействием спроса и предложения относятся к:

- а) регулируемым,
- б) фиксированным,
- в) свободным,**
- г) частично регулируемым

### Тема: Прибыль и рентабельность Тест №1

1. Прибыль (убыток) от продаж по данным бухгалтерской отчетности определяется как разница между:

- а) валовой прибылью и расходами периода (коммерческими и управлением);**
- б) доходами от обычных видов деятельности и расходами по обычным видам деятельности;
- в) прибылью до налогообложения и текущим налогом на прибыль с учетом отложенных налоговых активов и обязательств;

г) выручкой от продаж и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

2. Эффективность работы производственных подразделений предприятия характеризует:  
а) прибыль (убыток) от продаж;

**б) валовая прибыль;**

в) чистая прибыль;

г) прибыль (убыток) до налогообложения

3. Показателем экономической эффективности основной деятельности предприятия (производства и реализации продукции) является:

**а) прибыль (убыток) от продаж;**

б) валовая прибыль;

в) чистая прибыль;

г) прибыль (убыток) до налогообложения

4. Показателем экономической эффективности всей хозяйственной деятельности предприятия является:

а) прибыль (убыток) от продаж;

б) валовая прибыль;

в) чистая прибыль;

**г) прибыль до налогообложения (общая бухгалтерская прибыль)**

5. Показатель результативности деятельности организации, показывающий, какую часть выручки составляет прибыль – это рентабельность:

а) активов;

б) собственного капитала;

в) основного капитала;

**г) продаж**

6. Для определения рентабельности собственных средств (собственного капитала) за отчетный период необходимы следующие данные:

а) источники собственных и заемных средств (весь капитал) предприятия и балансовая прибыль;

**б) чистая прибыль и источники собственных средств (собственный капитал);**

в) выручка от реализации и источники собственных и заемных средств (весь капитал) весь капитал;

г) выручка от реализации и источники собственных средств (собственный капитал).

7. Экономическая интерпретация показателя рентабельности всех средств предприятия (капитала) такова:

**а) сколько рублей прибыли приходится на один рубль всех средств (капитала) предприятия;**

б) сколько рублей прибыли приходится на один рубль выручки;

в) сколько рублей оборотного капитала приходится на один рубль прибыли;

г) сколько рублей прибыли приходится на один рубль оборотного капитала.

8. Количественно величина прибыли определяется как:

а) сумма всех доходов предприятия;

б) сумма всех доходов и расходов предприятия;

**в) разница между доходами и расходами предприятия;**

г) сальдо прочих доходов и расходов предприятия

9. Показатель рентабельности продаж (оборота) рассчитывается как отношение прибыли от продаж к:

а) себестоимости реализованной продукции  $\times 100\%$ ;

б) среднегодовой стоимости собственного капитала  $\times 100\%$ ;

**в) выручке от реализации товаров, продукции, работ и услуг  $\times 100\%$ ;**

г) среднегодовой стоимости авансированного капитала  $\times 100\%$

10. Зависимость между прибылью от реализации продукции и ее себестоимостью отражает рентабельность:

а) продаж;

**б) продукции;**

в) производственных фондов;

г) собственного капитала

## Тест №2

1. Укажите последовательность формирования показателей прибыли в форме «Отчет о финансовых результатах»:

а) прибыль (убыток) от продаж;

б) валовая прибыль;

в) чистая прибыль;

г) прибыль (убыток) до налогообложения.

**(б, а, г, в)**

2. Себестоимость продукции и прибыль от продаж находятся в ... зависимости:

а) прямо пропорциональной;

б) опосредованной;

в) регрессионной;

**г) обратно пропорциональной**

3. Рентабельность оборота (продаж) предприятия характеризует:

а) степень использования оборотных средств;

б) эффективность производственной деятельности предприятия;

**в) эффективность производственной и коммерческой деятельности;**

г) производительность труда на предприятии

4. Экономический смысл показателей эффективности (отношение результатов к затратам) состоит в том, что они:

а) дают информацию о ресурсоемкости производства;

**б) дают представление о рентабельности производства;**

в) характеризуют техническую сторону производства;

г) нет правильного ответа.

5. Рентабельность оборота (продаж) предприятия определяется как отношение:

а) выручки от реализации к собственным средствам (собственному капиталу) предприятия;

- б) выручки от реализации к балансовой прибыли;
- в) балансовой прибыли ко всем источникам средств (капиталу) предприятия;
- г) балансовой прибыли к выручке от реализации.**

6. Прибыль (убыток) ... по данным формы «Отчет о финансовых результатах» определяется как разница между валовой прибылью и расходами периода (коммерческими и управленческими):
- а) от обычной деятельности;
  - б) до налогообложения;
  - в) от продаж;**
  - г) от чрезвычайных событий.

7. Рентабельность есть:

- а) отношение прибыли за период к используемым ресурсам;**
- б) отношение используемых ресурсов к прибыли;
- в) отношение выручки к используемым ресурсам;
- г) отношение используемых ресурсов к выручке за период.

8. Долю прибыли в каждом рубле выручки показывает рентабельность:
- а) всего капитала;
  - б) продаж;**
  - в) собственного капитала;
  - г) основных средств

9. Основной показатель финансовых результатов предприятия, характеризующий его экономический эффект – это:
- а) прибыль (убыток) от продаж;
  - б) валовая прибыль;
  - в) чистая прибыль;**
  - г) прибыль до налогообложения (общая бухгалтерская прибыль)

10. Рентабельность собственных средств (собственного капитала) показывает:
- а) эффективность использования основных средств предприятия;
  - б) насколько успешно используется собственные средства (собственный капитал) предприятия;**
  - в) степень использования оборотных средств; г) положение предприятия на рынке.

## **2.1.2. Задания для тестового контроля**

### **Раздел Основы менеджмента**

#### **Тест №1**

##### **1. Управление – это:**

- + процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

##### **2. Менеджмент – это:**

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- + эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

##### **3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:**

- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- + Ф. Тейлор.

##### **4. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Вебером в:**

- 1850;
- 1790;
- + 1832;

##### **5. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?**

- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- + Ф. Тейлор.

##### **6. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?**

- функциональное;
- + горизонтальное;
- + вертикальное;
- прямое.

##### **7. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?**

- 5;
- +3;
- 9.

##### **8. Кто относится к среднему уровню менеджеров?**

- заместители;
- + руководители подразделений;
- руководители групп.

##### **9. Функции менеджмента бывают:**

- общие, индивидуальные;
- групповые, специфические;
- конкретные, расширенные;
- правильного ответа нет.

##### **10. Выберите правильные функции менеджмента:**

- + планирование;
- + координирование;
- распределение;
- стимулирование;
- все ответы верны.

## Тест №2

### **1. Планирование – это:**

- + управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;
- перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

### **2. Сформулируйте задачи планирования:**

- + перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
- создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.

### **3. По форме планирование бывает:**

- тактическое;
- конкретное;
- + перспективное.

### **4. Необходимость планирования заключается в определении:**

- + конечных и промежуточных целей;
- + задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- + средств и способов решения задач;
- правильного ответа нет.

### **5. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?**

- перспективное;
- + среднесрочное;
- оперативное.

### **6. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:**

- + перспективное;
- среднесрочное;
- оперативное.

### **7. Организация – это:**

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- + это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

### **8. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляют функция:**

- планирования;
- + организации;
- контроля.

### **9. Выберите основные принципы организации менеджмента:**

- непрерывность;
- ритмичность;
- надежность;

+ все ответы верны.

**10. Функции административно-оперативного управления:**

- + определение структуры предприятий;
- периодическое или непрерывное сравнение;
- + установление ответственности.

**Тест №3**

**1. Регулирование – это:**

- + управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
- процесс выработки корректируемых мер и реализации принятых технологий;
- + функция менеджмента.

**2. Принципы регулирования:**

- + рациональность;
- ритмичность;
- надежность;
- + достоверность.

**3. Задача регулирования:**

- обновление планируемых заданий;
- + обеспечение своевременного эффективного достижения организацией своих целей;
- корректировка результатов деятельности;

**4. Виды регулирования:**

- + реактивное;
- операционное;
- + упреждающее.

**5. При каком виде регулирования проблема рассматривается как потенциальная возможность:**

- реактивное;
- операционное;
- + упреждающее.

**6. Назовите этапы регулирования:**

- + информационная подготовка для принятия решений;
- + разработка и принятие решений;
- определение структуры предприятия.

**7. Дайте правильное определение функции координации:**

- + управленческая деятельность, обеспечивающая согласованность работы рабочих подразделений;
- управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
- это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

**8. Назовите функции менеджмента:**

- ритмичность;
- + мотивация;
- законность;

**9. Тип власти, который может использовать менеджер:**

- экспертная;
- эталонная;
- законная;
- + все ответы верны.

**10. Влияние – это:**

- + поведение одного человека, которое вносит изменение в поведение другого человека;

- волевое отношение между людьми, основанное на силе;
- убеждение человека в чем-либо.

#### **Тест №4**

**1. Назовите форму влияния, которая может побудить человека к более тесному сотрудничеству:**

- + убеждение;
- принуждение;
- + участие сотрудников в управлении.

**2. Задачи контроля:**

- сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности;
- + оценка состояния и значимости полученных результатов;
- разработка и принятие решений.

**3. Анализ – это:**

- + это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков;
- управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
- это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

**4. Кто является продолжателем теоретической работы Тейлора о менеджменте:**

- А. Файоль;
- Ч. Бебидж;
- + М. Вебер.

**5. Назовите психологические методы управления:**

- + метод профессионального отбора;
- метод социального нормирования;
- + метод гуманизации труда.

**6. Какие приемы используются при психологических методах управления?**

- + интервью;
- + беседы;
- + тесты;
- наблюдения.

**7. Назовите социальные методы управления:**

- метод профессионального отбора;
- + метод социального нормирования;
- метод гуманизации труда.

**8. Управление – это:**

- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.
- + процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

**9. Назовите этапы регулирования:**

- определение структуры предприятия;
- + информационная подготовка для принятия решений;
- + разработка и принятие решений;

**10. Социальные методы управления:**

- метод управления группами;
- метод ролевых изменений;

- метод управления групповыми явлениями;
- + все ответы верны.

## **Итоговое тестирование по менеджменту**

### **1 Тест. Что такое менеджмент?**

- 1. Разновидность науки управления.
- 2. Группа руководителей.
- 3. Разновидность управленческой деятельности.
- 4. Это отношение, складывается в процессе управленческой деятельности.
- + 5. Совокупность принципов, методов, форм и средств управления, особый вид деятельности, связанный с руководством людьми, умелым использованием их труда и знаний.

### **2. Задачами менеджмента являются:**

- 1. Тактическая.
- 2. Стратегическая
- 3. Оперативная
- + 4. Поддержание устойчивости фирмы и всех ее элементов и ее развитие.
- 5. Контроль результатов деятельности и внесение корректировок.

### **3. Функции менеджмента – это ...**

- 1. Виды управленческой деятельности, которые обеспечивают формирование управленческого влияния.
- + 2. Отдельные виды управленческой деятельности, которые увеличивают эффективность руководства.
- 3. Отдельные управленческие процессы, направленные на увеличение производительности труда подчиненных.

### **Тест № 4. Функции менеджмента**

- 1. Инновационный менеджмент.
- 2. Оптимальное сочетание централизованного регулирования и самоуправления.
- + 3. Организация, планирование, контроль, мотивация.
- 4. Перевод фирмы в качественно новое состояние.
- 5. Целенаправленность.

### **5. Тест. Процесс менеджменту – это ...**

- 1. Последовательное выполнение функций менеджмента, конкретно: планирование, организация, мотивация, контроль и регулирование.
- 2. Последовательность определенных оконченных этапов, выполнение которых способствует обеспечению: управленческого влияния руководящей системы на руководимую для достижения целей организации.
- 3. Последовательное выполнение функций и методов менеджмента.
- + 4. Правильные ответы 1 и 3.

### **6. Выберите понятие, относящиеся к принципам менеджмента.**

- + 1. Единоначалия и коллегиальность.
- 2. Организация.
- 3. Достижение цели.
- 4. Планирование.

### **7. Среди условий, что перечислены ниже, выберите такие, которые определяют успех организации.**

- 1. Наличие формальных и неформальных организаций.
- 2. Выход на внешний рынок.
- 3. Способность к выживанию, результативности, практической реализации.
- + 4. Наличие современных технологий.

### **8. В чем состоит основное отличие формальных и неформальных организаций.**

1. В количестве членов организаций.
2. В контактах с внешней средой.
- + 3. В способе возникновения.
4. В связях между членами организации.

**9. Организация – это:**

1. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами.
- + 2. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами, имеют общее руководство и общие цели.
3. Группа людей, деятельность которых сознательно, направленно или спонтанно координируется для достижения определенной цели.
4. Группа лиц, которые имеют общее руководство.

**10. Какие из нижеприведенных понятий относятся к целям по содержанию.**

1. Долгосрочные.
2. Общие.
3. Территориальные.
- + 4. Экономические

**11. Выберите правильные ответы:**

1. Организация	A – процесс установления пропорций и согласование действий в системе управления.
2. Мотивация	Б – процесс приобщения рабочих до высокопроизводительности труда.
3. Координация	В – процесс формирования структуры управления и создания определенного порядка в работе.
4. Контроль	Г – система наблюдения и проверки функционирования предприятия.

1-В; 2-Б; 3-А; 4-Г

**12. Функция организации базируется на таких категориях:**

1. Полномочие, ответственность, стимулирование, делегирование.
2. Полномочие, ответственность.
- + 3. Полномочие, ответственность, делегирование.

**13. Полномочия – это:**

- + 1. Возложена на должностное лицо обязанность выполнять поставленные задания и обеспечивать их позитивное решение.
2. Ограничено право использовать ресурсы предупреждения и направлять усилия подчиненных на выполнения задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

**14. Ответственность – это:**

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.
- + 2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

**15. Делегирование – это:**

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.
2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.
- + 3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

**17. Управленческое решение это:**

1. Формы влияния на исполнителей.
2. Организационный инструмент в руках работников управления.
- + 3. Творческая деятельность по анализу проблемной ситуации, выбор средств от разрешения.
4. Разрешение.

**18. Дайте определение понятий:**

1. Власть	A – поведение руководителя, что меняет отношение подчиненных к нему.
2. Влияние	Б – способность вести за собой.
3. Лидерство	В – способность и возможность менеджера влиять на деятельность и поведение рабочих.
4. Обычай	Г – общепринятые повторяющиеся социальные действия, что становятся обычными.

1 – В; 2 – А; 3 – Б; 4 – Г.

**№ 19. Какие качества должны быть присущи менеджеру?**

1. Знание по специальности.
- + 2. Практичность ума.
3. Спонсорство.
4. Любовь к чтению художественной литературы.

**20. Что Вы понимаете под словом «группа».**

1. Количество людей, едущих в одном автобусе.
2. Личности, имеющие одинаковые наклонности к какому-то процессу.
- + 3. Две и больше личности, что взаимодействуют одна с другой.
4. Четко определенное количество людей.

**21. Кто такой формальный лидер:**

1. Один из членов группы, что владеет силой личного влияния на других.
- + 2. Руководитель коллектива, который пользуется данной ему служебной властью.
3. Целеустремленный менеджер.
4. Главный специалист.

**22. Группы работников делят на такие категории:**

- + 1. Формальные и неформальные.
2. Простые и сложные.
3. Открытые и закрытые.

**23. Отметьте какие из нижеперечисленных предложений не являются признаками коллектива.**

1. Наличие непосредственных производственных связей.
- + 2. Наличие высокой активности.
3. Психологический климат.
4. Общность целей и задач.

**24. Назовите причины конфликтов:**

1. Психологическая совместимость
2. Конкуренция.
- + 3. Режимы труда и отдыха.
4. Сотрудничество.

**25. Путь разрешения конфликтов:**

1. Премирование.
- + 2. Компромисс.
3. Поездка на природу.
4. Гласное обсуждение.

**26. Стress – это:**

1. Перегрузка нервной системы.
2. Рассеянность.
- + 3. Вегетативно-психологическое состояние.
4. Увольнение с работы.

**27. Руководитель авторитарного стиля руководства:**

- + 1. Много работает, требует этого от других.
2. Много работаем сам.
3. Делится властью с подчиненными.
4. Ценилить подчиненных.

**28 - Тест. Руководитель демократического стиля руководства.**

1. Не терпит критики.
2. Ждет указаний сверху.
3. Избегает конфликтов.
- + 4. Коллегиально решает проблемы коллектива.

**29. Технология принятия управленческих решений в порядке их разрешения.**

- + 1. Одобрение.
- + 2. Реализация.
- + 3. Подготовка.

**30. Что относится к методам принятия управленческих решений:**

- + 1. Мозговая атака.
2. Организация.
3. Формулировка.
4. Форма контроля.

**2.1.2. Задания для тестового контроля**

**Раздел Основы маркетинга**

**Тест №1**

1. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:

1. рынок производителя;
2. рынок посредника;
3. рынок продавца;
4. рынок поставщика;
5. рынок покупателя.

2. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг?

1. к оперативной задаче;
2. к стратегической задаче;
3. к тактической задаче;
4. к аналитико-оценочной задаче;
5. к исследовательской задаче.

3. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?

1. к оперативной задаче;
2. к стратегической задаче;
3. к исполнительской задаче;
4. к аналитико-оценочной задаче;
5. к тактической задаче.

4. Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это:

1. поставщики;
  2. контактные аудитории;
  3. конкуренты;
  4. клиенты;
  5. маркетинговые посредники.
5. Экономическая среда связана:
1. с удорожанием энергии;
  2. с повышением образовательного уровня;
  3. с ростом ассигнований на НИОКР;
  4. с характером распределения доходов населения;
  5. с регулированием коммерческой деятельности.
6. С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?
1. гальванометр;
  2. диаскоп;
  3. тахистоскоп;
  4. айтрекер;
  5. аудиметр.
7. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:
1. квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации;
  2. методические приемы работы с информацией;
  3. офисное оборудование;
  4. программное обеспечение;
  5. все перечисленное.
8. Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?
1. недифференцированный маркетинг;
  2. дифференцированный маркетинг;
  3. массовый маркетинг;
  4. концентрированный маркетинг;
  5. интегрированный маркетинг.
9. Какую стратегию охвата рынка обычно используют парикмахерские и салоны красоты?
1. концентрированный маркетинг;
  2. недифференцированный маркетинг;
  3. массовый маркетинг;
  4. дифференцированный маркетинг;
  5. интегрированный маркетинг.
10. Расширенный комплекс услуг позволяет использовать:
1. неценовую конкуренцию;
  2. видовую конкуренцию;
  3. скрытую ценовую конкуренцию;
  4. функциональную конкуренцию;
  5. открытую ценовую конкуренцию.

## **Тест №2**

1. Кто является источником идей для создания нового продукта?
  1. ученые;
  2. потребители;
  3. рекламные агентства;
  4. отраслевые издания;
  5. все перечисленное.
2. Жизненный цикл товара – это:
  1. интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
  2. интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
  3. совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
  4. процесс развития продаж товара и получение прибыли;
  5. интервал времени, который начинается с разработки нового товара и заканчивается прекращением его производства.
3. Какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей?
  1. цена на изделие, уже снятое с производства;
  2. цена, устанавливаемая ниже, чем у большинства фирм на рынке;
  3. цена потребительского сегмента рынка;
  4. эластичная (гибкая) цена;
  5. преимущественная цена.
4. В чем преимущество использования агентов и брокеров?
  1. активно применяют достижения науки и техники;
  2. повышают качество товара;
  3. получают прибыль от реализации товара;
  4. используют подготовленный торговый персонал;
  5. принимают право собственности на товар и отвечают за него.
5. Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это:
  1. метод конкурентного паритета;
  2. метод расчета на основании целей и задач;
  3. метод расчета в процентах к сумме продаж;
  4. метод исчисления от наличных денежных средств;
  5. метод экспертных оценок.
6. К какому критерию классификации относится престижная реклама?
  1. характер воздействия на аудиторию;
  2. предмет рекламной коммуникации;
  3. способ воздействия;
  4. тип целевой аудитории;
  5. цель рекламной кампании товара в увязке с его жизненным циклом.
7. На кого не могут быть направлены мероприятия по стимулированию сбыта?
  1. на посредников;
  2. на потребителей;

3. на поставщиков;
  4. на продавцов;
  5. на общественность.
8. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?
1. выставка;
  2. фотопродукция;
  3. интернет-ресурс;
  4. отношения со средствами массовой информации;
  5. печатные материалы.
9. Личная продажа – это:
1. использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка;
  2. представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляющееся в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами;
  3. коммуникация с аудиторией посредством неличных оплачиваемых каналов; аудитория четко представляет источник послания как организацию, оплатившую средства распространения рекламы;
  4. интерактивная система маркетинга, предусматривающая непосредственный контакт с каждым покупателем, который реализуется в форме индивидуализированного диалога для получения немедленной обратной реакции.
10. Причина популярности прямого маркетинга:
1. возможность получения информации из различных баз данных;
  2. дефицит времени у потребителей для совершения покупок;
  3. возможность расплаты кредитными карточками;
  4. повышение квалификации торгового персонала и, как следствие, повышение качества индивидуального обслуживания покупателей;
  5. все перечисленное.

## **2. Задания для тематического контроля**

### **Задача №1**

Расценка за единицу продукции 250 руб. По положению о премировании предприятия, в случае отсутствия брака выплачивается премия в размере 10% заработка. Фактически работник изготовил 80 единиц продукции без брака. Начислить сумму заработной платы работнику

### **Задача №2**

Бухгалтер имеет оклад 42000 руб. В марте он 6 дней провёл в отпуске без содержания при общей длительности рабочего времени 22 дня в месяц. Определить заработную плату бухгалтера за отработанное время.

### **Задача № 3**

Выручка от реализации продукции составила за год 13 млн. руб., стоимость оборотных средств на начало периода – 8,5 млн. руб. на конец – 4,5 млн. руб. Рассчитать коэффициент оборачиваемости и длительность оборота оборотных средств.

### **Задача №43**

Норматив оборотных средств предприятия 3500 тыс. руб. Годовой план реализации продукции- 20,0 млн. руб.

Определите:

- а) коэффициент оборачиваемости оборотных средств (раз);
- б) Длительность одного оборота( дней).

### Задача №5

Рассчитать величину страховых взносов за 2 квартал, если:

Месяц	Выплаты работникам, руб.		Сумма, облагаемая взносами	Начислено взносов, руб			
	выплаты по всем основаниям	в т. ч. пособия по временной нетрудоспособности		ПФ РФ	ФСС РФ	ФОМС РФ	Всего
1	2	3					
апрель	72600	13400					
май	60300	18000					
июнь	78400	22000					
Итого							

### Задача №6

Рассчитайте план выпуска блюд в ресторане на год в общем объеме и ассортименте на основе следующих данных:

Обеденный зал ресторана работает 313 дней в году, средняя численность потребителей в день- 280 человек. Коэффициент потребления – 2,5. Из общего объема блюд продажа составляет первых – 25 %, вторых – 45 %, холодных – 30 %.

### Задача №7

Рассчитайте размер доходов по предприятию общественного питания на планируемый год по данным:

- Планируемый оборот установлен в сумме 1200 тыс. руб.
- Удельный вес продукции собственного производства составит 55,8%.

Наценка на продукцию собственного производства 46%, на покупные товары - 20%.

### Задача №8

Имеются следующие данные о работе предприятия за 2 года:

Показатель	1-й год	2-й год	Отклонения
1.Выпуск продукции, тыс. руб.	2100	2279,1	
2.Численность персонала, чел.	70		
3.Среднегодовая выработка на одного работника, руб.		31,65	

Определить недостающие показатели и их динамику,

### Задача №9

Определите тип общения руководителя с подчиненными, если они обладают следующими характеристиками:

- не могут выполнить работу и не хотят брать ответственность;
- хотят взять на себя ответственность, но не в состоянии выполнить работу;
- могут выполнить работу, но не хотят;
- могут и хотят выполнить работу.

Обоснуйте ваши действия по отношению к названным подчиненным.

Действия должны включать:

- 1) формирование задачи;
- 2) разъяснение выполнения;
- 3) контроль.

### **Задача №10**

**Вам предлагается выбрать себе заместителя. Кандидаты отличаются друг от друга следующими особенностями взаимоотношений с вышестоящим начальством:**

- A. Первый быстро соглашается с мнением или расположением начальника, стремится четко, безоговорочно в установленные сроки выполнить все его задания.
- B. Второй может быстро соглашаться с мнением начальника, заинтересован и ответственно выполнять все его распоряжения и задания, но только в том случае, если начальник авторитетен для него.
- C. Третий обладает богатым профессиональным уровнем знаний, хороший специалист, умелый организатор, но бывает, не уживчив, труден в контакте.
- D. Четвертый очень опытный и грамотный специалист, но всегда стремится к самостоятельности и независимости в работе, не любит когда ему мешают.

Примите решение в отношении работников и обоснуйте его

### **Задача № 11**

Выбрать один из типов организационной структуры управления для своей организации, обосновав свой выбор (преимущества и недостатки). Составить конкретную схему организационной структуры управления для своей организации. Проанализировать эффективность различных организационных структур управления для выбранной студентом конкретной коммерческой организации.

### **Задача № 12**

Проранжируйте следующие качества руководителя, необходимые для принятия управленческого решения, и обоснуйте свой выбор:

- умение выделить суть взаимосвязи проблемы;
- смелость отклонить стандартные методы решения проблемы и искать новые, оригинальные;
- видеть дальше непосредственного данного;
- предложить новый вариант реорганизации элементов для иного функционирования;
- Переключить действие объекта для нового его употребления;
- предвидеть несколько различных вариантов и выбрать наиболее эффективные;
- переключаться с одной зрительной модели на другую, заложенную в том же образе;
- иметь чутье к наличию проблемы там, где кажется, что все уже решено.

### **Задача №1 3**

1. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности.
2. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.
3. Проанализировать эффективность результатов совещания по выбранной теме (по профилю своей специальности)

### **Задача № 14**

Разработайте проект: «Моя фирма, мой товар, мой маркетинг».

- 1)Образ фирмы( миссия, цель, назначение, положение во внешней среде, назначение продукции, потенциальные потребители, конкуренты и т.д.);

- 2) Мой товар( услуга). Технико-экономические характеристики продукта, уровни товара, какие потребности призван удовлетворить и т.д.;
- 3) Мой рынок( существующий, новый, окно, ниша). Выбор критериев сегментации рынка. Кто может быть конкурентным?;
- 4) Мой маркетинг. Какую маркетинговую стратегию выбрать?
- 5) Маркетинговая комплексная программа вашего товара;
- 6) Бюджет маркетинга.

**Рассмотрено на заседании  
циклической комиссии**  
Протокол № \_\_\_\_ «\_\_\_\_» 20 г.  
Председатель комиссии \_\_\_\_\_

**3.1. Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине  
ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

**Перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Экономика как хозяйственная деятельность и как наука о такой деятельности.
2. Сущность и принципы рыночной экономики.
3. Ресурсы и факторы производства.
4. Организация и ее отраслевые особенности в экономике.
5. Предприятие – важнейшее звено в решении основной экономической проблемы.
6. Основные признаки предприятия.
7. Классификация предприятий.
8. Организационно-правовые формы предприятий.
9. Основные показатели деятельности предприятий общественного питания.
10. Цена и ее функции.
11. Экономическое содержание, виды цен и их классификация.
12. Методика установления рыночных цен на товары.
13. Ценовая политика предприятия. Структура и состав цен
14. Основной капитал и его роль в производстве.
15. Производственная мощность предприятия общественного питания.
16. Оборотный капитал и его характеристика.
17. Материальные ресурсы и показатели их использования.
18. Трудовые ресурсы организации, их состав и структура.
19. Мотивация труда. Принцип, формы и системы оплаты труда.
20. Понятие производительности труда. Показатели производительности труда.
21. Понятие и состав издержек производства и реализации продукции.
22. Понятие сметы затрат и калькуляции себестоимости.
23. Порядок составления калькуляции себестоимости продукции.
24. Рентабельность производства, продукции, капитала. Методика определения и сферы их применения .
25. Организационные аспекты внедрения и развития маркетинга на предприятии.
26. Основные цели, функции и принципы маркетинга.
27. Маркетинговая среда предприятия, план – программа маркетинговой деятельности.
28. Основные требования, предъявляемые к маркетинговому контролю на предприятии общественного питания.
29. Объекты маркетинговой деятельности: нужда, потребность, спрос.
30. Субъекты маркетинговой деятельности. Потребители как субъекты маркетинговой деятельности .
31. Маркетинговая информация и требования, предъявляемые к ней.
32. Основные направления исследований в маркетинге.
33. Технология подготовки и проведения анкетного опроса.
34. Сущность, функции, цели из задачи маркетинга.
35. Социально – экономическая сущность маркетинга.
36. Коммуникационная и сбытовая политика предприятий общественного питания.
37. Определение спроса и потребностей в услугах предприятия питания.

38. Организация рекламной кампании: планирование, выбор средств, правила составления текстов рекламных обращений
39. Комплекс маркетинга в сфере услуг общественного питания
40. Понятие и сущность менеджмента, его роль и задачи.
41. Основные категории менеджмента: объекты, субъекты, типы, виды, функции, методы и принципы.
42. Современные подходы в менеджменте: комплексный , процессный, системный и ситуационный.
43. Сущность и классификация функций управления: планирование , организация, координация, мотивация и контроль.
44. Понятие, содержание и виды управленческих решений , их процесс принятия и требования.
45. Правила принятия управленческих решений .
46. Условия и оценка эффективность управленческих решений.
47. Мотивационная политика, ее сущность и этапы мотивационного процесса.
48. Понятие делового общения, его формы и организация общения.
49. Этапы и фазы делового общения.
50. Факторы повышения эффективности делового общения.
51. Понятие и характеристика стилей руководства.
52. Сущность мотивации.Система методов управления в предприятиях общественного питания
53. Организация взаимоотношений с сотрудниками.
54. Технология индивидуальной работы с персоналом.
55. Цели и задачи самоменеджмента.
56. Методы разрешения конфликтов, стратегия поведения в конфликте.
57. Организационные аспекты внедрения и развития менеджмента на предприятии.
58. Жизненный цикл предприятия.
59. Содержание процесса управления. Цикл менеджмента, характеристика функций цикла.
60. Виды, принципы и качество управленческих решений.

## Перечень типовых практических задач для подготовки к экзамену

### Задача №1

Составить калькуляцию продажной цены 1 порции шницеля отбивного. Наценка общественного питания на сырье и продукты 40%, НДС – 10%. При расчете используйте данные таблицы:

Калькуляционная карточка.

Наименование блюда – шницель отбивной.

№ п/п	Наименование продуктов	Норма на 100 блюд, кг.	Продажная цена 1 кг., руб.	Сумма, руб
1	Яйца	14 шт.	60	
2	Свинина	13,5	280	
3	Сухари	1,5	40	
4	Животный жир	1	150	
5	Специи	-	45	
6	Соль	-	1	
7	Общая стоимость набора	-	-	
8	Продажная цена 1 блюда	-	-	

### Задача №2

В таблице представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке консервированной фасоли.

Цена, руб.	Объем спроса (млн. банок в год)	Объем предложения (млн. банок в год)	Неудовлетворенный спрос, кг	Избыток предложения, кг
24	70	10		
26	60	30		
34	50	50		
38	40	70		
40	30	90		

Задание :1. Изобразить кривую спроса и кривую предложения по данным таблицы

2. Если рыночная цена за банку фасоли будет равна 18 руб., что характерно для данного рынка - излишки или дефицит?

3. Чему равна равновесная цена на этом рынке?

### Задача №3

Определить показатели: фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность в плановом и отчетном периодах, сравнить их.

Год	Валовая продукция тыс. руб.	Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	Численность работающих человек	Фотд, руб.	Фемк, руб.	Фвоор, руб.
Плановый	97 98	4413	106			
Отчетный	10211	4478	103			

### Задание №4

Определить износ по группе основных фондов, амортизация по которой начисляется линейным методом. Балансовая стоимость основных фондов 300 000 рублей.

Срок полезного использования основных фондов 15 лет. Фонды используются 5 лет. Ликвидационная стоимость фондов равна 0.

### **Задача №5**

Годовой план реализации продукции установлен в сумме 17100 тыс. руб. Норматив оборотных средств запланирован в сумме 380 тыс. руб. В результате проведения оргтехмероприятий, длительность одного оборота сохранилась на 2 дня. Определите:

- а) плановую длительность одного оборота (дней);
- б) фактическую длительность одного оборота (дней);
- в) высвобождаемую сумму оборотных средств, в результате ускорения оборачиваемости (тыс. руб.)

### **Задача №6**

Рассчитайте размер доходов по предприятию общественного питания на планируемый год по данным:

- Планируемый оборот установлен в сумме 1200 тыс. руб.
- Удельный вес продукции собственного производства составит 55,8%.

Наценка на продукцию собственного производства 46%, на покупные товары - 20%.

### **Задача №7**

Рассчитайте сумму и уровень расходов по ресторану на планируемый год на основе следующих данных:

Переменные расходы в базисном году составили 970 тыс. руб., а в отчетном 1022 тыс. руб. Товарооборот в базисном году составил 4200 т.р., а отчетном 4900 т. р. В планируемом году товарооборот возрастет на 10%. Сумма постоянных расходов составит в планируемом году 1100 тыс. руб.

### **Задача №8**

Определить план выпуска обеденной продукции столовой при промышленном предприятии по численности потребителей на основании следующих данных:

-численность работающих на заводе составляет 7560 человек;  
-услугами столовой в текущем году охвачено 72% общего числа работающих на заводе; В планируемом квартале предполагается увеличить численность потребителей на 20%. Количество блюд, приходящихся на одного потребителя, составит в среднем 2,5 блюда в день. Количество рабочих дней столовой- 76 рабочих дней.

### **Задача №9**

Рассчитайте прибыль до налогообложения ПОП, налог на прибыль при налоговой ставке 20% и сумму чистой прибыли. Оборот ПОП – 3780,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 2640,0 тыс.руб.

### **Задача №10**

Заполните таблицу «Важнейшие факторы внешней среды, влияющие на деятельность организации»

Факторы внешней среды	Позитивное влияние	Степень важности	Негативное влияние	Степень важности
Демографическая среда	1. 2. ...		1. 2. ...	
Экономическая среда	1. 2. ...		1. 2. ...	
...				

**Задача №11**

Вы работаете менеджером в ЧП «Шоколадница», которая занимается реализацией мучных кондитерских изделий. На протяжении 5 лет Вы получали все необходимое сырье от ООО «Ресурсы». Но в связи с ростом цен на сырье Вас они не стали устраивать, т.к. увеличивается себестоимость изделий, а это приведет к потере клиентов. Перед Вамистал вопрос, где найти нового поставщика, и будет ли это выгодно? Или все же продолжить сотрудничество с ООО «Ресурсы»?

3.1. По каким критериям Вы будете оценивать поставщика?

3.2. На что необходимо обратить в первую очередь внимание руководству ЧП «Шоколадница»?

**Задача №12**

Составьте список наиболее важных качеств менеджера с точки зрения этики деловых отношений ( не менее 15 качеств). Объясните свою точку зрения.

**Задача №13**

Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вышестоящего. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу. Выберите предпочтительное решение и обоснуйте его.

- А. В первую очередь начну выполнять задание того, кого больше уважаю.
- Б. Сначала начну выполнять задание, наиболее важное на мой взгляд.
- В. Сначала выполню задание вышестоящего начальника.
- Г. Буду выполнять задание своего непосредственного начальника.

**Задача №14**

Разберите конфликтную ситуацию и определите метод её разрешения.

Вам предлагается выбрать себе заместителя. Кандидаты отличаются друг от друга следующими особенностями взаимоотношений с вышестоящим начальством:

- А. Первый быстро соглашается с мнением или расположением начальника, стремится четко, безоговорочно в установленные сроки выполнить все его задания.
- Б. Второй может быстро соглашаться с мнением начальника, заинтересован и ответственно выполнять все его распоряжения и задания, но только в том случае, если начальник авторитетен для него.
- В. Третий обладает богатым профессиональным уровнем знаний, хороший специалист, умелый организатор, но бывает, не уживчив, труден в контакте.
- Г. Четвертый очень опытный и грамотный специалист, но всегда стремится к самостоятельности и независимости в работе, не любит когда ему мешают.

**Задача № 15**

Представьте, что вы начальник отдела крупного предприятия, у вас в подчинении находится 50 служащих . Некоторые ваши подчиненные постоянно обращаются к вам за советом или рекомендациями по вопросам, которые должны решать самостоятельно , но и тем самым отвлекают вас от неотложных и более важных дел. Как вы поступите в этой ситуации и есть ли в сложившейся ситуации ваша вина как руководителя?

**Задача № 16**

Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем вы будете говорить, поэтому

велика вероятность, что будут слушать вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.д. Что вы предпримите для того, чтобы ваше выступление всем понравилось?

### **Задача №17**

Определите тип общения руководителя с подчиненными, если они обладают следующими характеристиками:

- не могут выполнить работу и не хотят брать ответственность;
- хотят взять на себя ответственность, но не в состоянии выполнить работу;
- могут выполнить работу, но не хотят;
- могут и хотят выполнить работу.

Обоснуйте ваши действия по отношению к названным подчиненным.

Действия должны включать:

- 1) формирование задачи;
- 2) разъяснение выполнения;
- 3) контроль.

### **Задача №18**

Закусочная «Смак» сосредоточила свои усилия на улучшение вкусовых качеств фирменных блюд. На какую концепцию ведения коммерческой деятельности опирается руководство закусочной? Ответ обоснуйте.

### **Задача №19**

Постройте и объясните логическую последовательность разработки плана рекламы для ресторана «Петрович» исходя из следующих операций:

- установление ответственности;
- определение бюджета;
- установление целей;
- выбор времени проведения рекламы;
- выбор рекламных средств;
- разработка тем;
- анализ совместных усилий;
- определение успеха (неудачи);
- создание рекламных объявлений.

### **Задача №20**

Вам как маркетологу ресторана «Жемчужина» необходимо привести анализ окружающей среды. Предложите перечень вопросов для изучения конкурентов.

### **Задача №21**

Опишите целевой рынок и определите позицию фреш – бара ( напитки для здоровья – кислородные коктейли, свежевыжатые соки), располагающегося в фитнес – клубе, разделившего своих потенциальных потребителей на 2 группы: посетители фитнес – клуба и население города. Работу провести по следующей схеме:

1. Провести сегментирование по следующим признакам: посетители фитнес – клуба, горожане, возраст, пол, уровень образования, доход, образ жизни, частота покупки, сезонный фактор.
2. Выбрать целевые сегменты;
3. Определить стратегическую цель каждого целевого сегмента;
4. Разработать стратегию позиционирования фреш – бара, предварительно ответив на следующие вопросы:

Какова позиция фреш – бара у целевых потребителей?

Какую позицию фреш – бар планирует занять в будущем

Какие конкуренты могут помешать достижению этой цели?

**Задача №22**

Динамика объемов реализации продукции и услуг фирмы «Ресторан у Вас дома» (доставка и обслуживание на дому у потребителя), за период с июня по октябрь сложилась следующим образом:

Месяц	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Объем реализации, тыс.руб.	33,3	43,5	44,0	46,7	49,2

А) Предложите метод прогнозирования потребностей и спроса потребителей фирмы.

Ответ обоснуйте.

Б) Рассчитайте прогноз спроса на продукцию и услуги фирмы в ноябре – декабре.

**Задача № 23**

Рассчитайте экономический эффект от рекламной кампании по дегустации новой марки коньяка в ресторане, предварительно заполнив необходимые пропуски в таблице, если известно, что торгово-посредническая компания затратила на рекламную презентацию 320 000 р. и торговая наценка на коньяк была принята в 30%.

период	Число дней	Товарооборот, Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	5	1 305 400	?	-
После проведения рекламы	10	6 673 800	?	?

**Задача № 24**

В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 275 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится.

Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 162 миллиона рублей

**Задача №25**

Кафе закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1500 штук этого товара еженедельно по цене 235 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 10%. Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

**Задача №26**

Для формирования спроса и стимулирования сбыта кафе «Мировое кафе Планета» поручила менеджеру составить:

- 1.1 план проведения рекламной кампании на «Ланч»
- 1.2 подобрать перечень средств торговой рекламы
- 1.3 определить основные задачи сбытовой политики

**Задача № 27**

Какие факторы социально – демографической среды будут играть решающую роль при принятии решений о выходе с товаром (услугой) на рынок, если вы являетесь:

- производителем пищевых продуктов;

- хотите открыть ресторан;

- хотите открыть бистро.

Работу оформите в виде таблицы.

### **Задача №28**

Фирма «Любава» предоставляет услуги по организации обслуживания и питания в выходные дни «Комплексный обед» для учащейся молодежи, а также для семейных пар. В дневное время цена на услуги значительно ниже обычной. Определите, какое направление ценовой тактики используется фирмой в данной ситуации? Какие ценовые стратегии можно предложить?

### **Задача №29**

Рассчитайте экономический эффект ( $\mathcal{E}$ ) от рекламной кампании до дегустации грузинских вин в ресторане «Метрополь». Затраты на рекламную презентацию составили 9400 у.д.е. Торговая рентабельность по реализации вина составляет 20%. Данные о реализации грузинских вин до рекламы и после приведены в таблице.

Период учета товарооборота	Число дней учета	Товарооборот, тыс. у.д.е.	Среднедневной оборот	
			Тыс. у.д.е.	%
До проведения рекламы	10	70, 0	7, 0	100, 0
После проведения рекламы	15	157, 5	10, 5	150, 0

### **Задача №30**

На семинаре маркетологов Вам предложили составить логическую последовательность основных этапов проведения анкетного опроса на основе предложенных видов работ:

- формулировка вопросов;
- определение численности и состава выборки, методов отборки единиц наблюдения;
- определение цели и задач опроса;
- подбор и инструктаж анкетеров;
- тиражирование анкет;
- проведение анкетного пилотажа;
- проведение анкетного опроса;
- редактирование заполненных анкет;
- отработка и анализ результатов;
- разработка рекомендаций по результатам опроса;
- составление отчета;
- контроль за работой анкетеров

**3.2. Задания для промежуточной аттестации по дисциплине  
ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга  
в форме экзамена**

**Задание №1**

- Современные подходы в менеджменте: комплексный, процессный, системный, ситуационный.
- Сущность, функции, цели и задачи маркетинга.
- Составить калькуляцию продажной цены 1 порции шницеля отбивного. Наценка общественного питания на сырье и продукты 40%, НДС – 10%. При расчете использовать данные таблицы:

Калькуляционная карточка.

Наименование блюда – шницель отбивной.

№ п/п	Наименование продуктов	Норма на 100 блюд, кг.	Продажная цена 1 кг., руб.	Сумма, руб
1	Яйца	14 шт.	60	
2	Свинина	13,5	280	
3	Сухари	1,5	40	
4	Животный жир	1	150	
5	Специи	-	45	
6	Соль	-	1	
7	Общая стоимость набора	-	-	
8	Продажная цена 1 блюда	-	-	

**Задание №2**

- Экономика как хозяйственная деятельность и как наука о такой деятельности.
- Социально – экономическая сущность маркетинга.
- Вы работаете менеджером в ЧП «Шоколадница», которая занимается реализацией мучных кондитерских изделий. На протяжении 5 лет Вы получали все необходимое сырье от ООО «Ресурсы». Но в связи с ростом цен на сырье Вас они не стали устраивать, т.к. увеличивается себестоимость изделий, а это приведет к потере клиентов. Перед Вами стал вопрос, где найти нового поставщика, и будет ли это выгодно? Или все же продолжить сотрудничество с ООО «Ресурсы»?
  - По каким критериям Вы будете оценивать поставщика?
  - На что необходимо обратить в первую очередь внимание руководству ЧП «Шоколадница»?

**Задание №3**

- Организация и ее отраслевые особенности в экономике.
- Принципы маркетинга в рыночной экономике.
- Заполните таблицу «Важнейшие факторы внешней среды, влияющие на деятельность организаций»

Факторы внешней среды	Позитивное влияние	Степень важности	Негативное влияние	Степень важности
Демографическая среда	1. 2. ...		1. 2. ...	
Экономическая среда	1. 2. ...		1. 2. ...	

...			
-----	--	--	--

#### **Задание №4**

1. Правила принятия управленческих решений.
2. Основные цели, функции и принципы маркетинга.
3. В таблице представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке консервированной фасоли.

Цена, руб.	Объем спроса (млн. банок в год)	Объем предложения (млн. банок в год)	Неудовлетворенный спрос, кг	Избыток предложения, кг
24	70	10		
26	60	30		
34	50	50		
38	40	70		
40	30	90		

- Задание :1. Изобразить кривую спроса и кривую предложения по данным таблицы  
 2. Если рыночная цена за банку фасоли будет равна 18 руб., что характерно для данного рынка - излишки или дефицит?  
 3. Чему равна равновесная цена на этом рынке?

#### **Задание №5**

1. Организационно-правовые формы предприятия.
2. Технология индивидуальной работы с персоналом.
3. Закусочная «Смак» сосредоточила свои усилия на улучшение вкусовых качеств фирменных блюд. На какую концепцию ведения коммерческой деятельности опирается руководство закусочной? Ответ обоснуйте.

#### **Задание №6**

1. Жизненный цикл предприятия.
2. Субъекты маркетинговой деятельности. Потребители как субъекты маркетинговой деятельности.
3. Определить показатели: фондоотдача, фондоемкость, фондооруженность в плановом и отчетном периодах, сравнить их.

Год	Валовая продукция тыс. руб.	Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	Численность работающих человек	Фотд, руб.	Фемк, руб.	Фвоор, руб.
Плановый	97 98	4413	106			
Отчетный	10211	4478	103			

#### **Задание №7**

1. Цена и ее функции.
  2. Организационные аспекты внедрения и развития маркетинга на предприятии.
  3. Определите тип общения руководителя с подчиненными, если они обладают следующим
- |  |   |
|--|---|
| - не могут выполнить работу и не хотят брать ответственность;      | - |
| взять на себя ответственность, но не в состоянии выполнить работу; | - |
| могут выполнить работу, но не хотят;                               | - |

- могут и хотят выполнить работу.

Обоснуйте ваши действия по отношению к названным подчиненным.

Действия должны включать:

- 1) формирование задачи;
- 2) разъяснение выполнения;
- 3) контроль.

### **Задание №8**

1. Условия и оценка эффективности управленческих решений.

2. Основные направления исследований в маркетинге.

3. Годовой план реализации продукции установлен в сумме 17100 тыс. руб. Норматив оборотных средств запланирован в сумме 380 тыс. руб. В результате проведения оргтехмероприятий, длительность одного оборота сохранилась на 2 дня. Определите:

а) плановую длительность одного оборота (дней);

б) фактическую длительность одного оборота (дней);

в) высвобождаемую сумму оборотных средств, в результате ускорения оборачиваемости (тыс. руб.)

### **Задание №9**

1. Ценовая политика предприятия. Структура и состав цен.

2. Этапы и фазы делового общения.

3. Постройте и объясните логическую последовательность разработки плана рекламы для ресторана «Петрович» исходя из следующих операций:

- установление ответственности;
- определение бюджета;
- установление целей;
- выбор времени проведения рекламы;
- выбор рекламных средств;
- разработка тем;
- анализ совместных усилий;
- определение успеха (неудачи);
- создание рекламных объявлений.

### **Задание №10**

1. Оборотный капитал и его характеристика.

2. Технология подготовки и проведения анкетного опроса.

3. Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем вы будете говорить, поэтому велика вероятность, что будут слушать вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.д. Что вы предпримите для того, чтобы ваше выступление всем понравилось?

### **Задание №11**

1. Определение спроса и потребностей в услугах предприятий питания.

2. Понятие и характеристика стилей руководства.

3. Определить план выпуска обеденной продукции столовой при промышленном предприятии по численности потребителей на основании следующих данных:

- численность работающих на заводе составляет 7560 человек;

- услугами столовой в текущем году охвачено 72% общего числа работающих на заводе;

В планируемом квартале предполагается увеличить численность потребителей на 20%. Количество блюд, приходящихся на одного потребителя, составит в среднем 2,5 блюда в день. Количество рабочих дней столовой- 76 рабочих дней.

### **Задание №12**

1. Основные показатели деятельности предприятий общественного питания.
2. Понятие и сущность менеджмента. Его роль и задачи.
3. Вам как маркетологу ресторана «Жемчужина» необходимо привести анализ окружающей среды. Предложите перечень вопросов для изучения конкурентов.

### **Задание №13**

1. Мотивация труда, принципы, формы и системы оплаты труда.
2. Основные категории менеджмента: объекты, субъекты, типы, виды, функции, методы и принципы.
3. Опишите целевой рынок и определите позицию фреш – бара ( напитки для здоровья – кислородные коктейли, свежевыжатые соки), располагающегося в фитнес – клубе, разделившего своих потенциальных потребителей на 2 группы: посетители фитнес – клуба и население города. Работу провести по следующей схеме:
  - 1.Провести сегментирование по следующим признакам: посетители фитнес – клуба,/горожане, возраст, пол, уровень образования, доход, образ жизни, частота покупки, сезонный фактор.
  - 2.Выбрать целевые сегменты;
  - 3.Определить стратегическую цель каждого целевого сегмента;
  - 4.Разработать стратегию позиционирования фреш – бара, предварительно ответив на следующие вопросы:  
Какова позиция фреш – бара у целевых потребителей?  
Какую позицию фреш – бар планирует занять в будущем  
Какие конкуренты могут помешать достижению этой цели?

### **Задание №14**

1. Понятие о производительности труда. Показатели производительности труда.
2. Факторы повышения эффективности делового общения.
3. Рассчитайте экономический эффект от рекламной кампании по дегустации новой марки коньяка в ресторане, предварительно заполнив необходимые пропуски в таблице, если известно, что торгово-посредническая компания затратила на рекламную презентацию 320 000 р. и торговая наценка на коньяк была принята в 30%.

период	Число дней	Товарооборот, Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	5	1 305 400	?	-
После проведения рекламы	10	6 673 800	?	?

### **Задание №15**

1. Понятие сметы затрат и калькуляции себестоимости.
2. Сущность и классификация функций управления: планирование, организация, координация, мотивация и контроль.
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 275 миллионов штук продукта.

Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится.

Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 162 миллиона рублей

### **Задание №16**

1. Экономическое содержание, виды и структура цен.
2. Понятие, содержание и виды управленческих решений, их процесс принятия и требования.
3. Динамика объемов реализации продукции и услуг ресторана «У Вас дома» (доставка и обслуживание на дому у потребителя), за период с июня по октябрь сложилась следующим образом:

Месяц	июнь	июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Объем реализации, тыс. руб.	33, 3	43, 5	44, 0	46, 7	49, 2

А) Предложите метод прогнозирования потребностей и спроса потребителей фирмы.

Ответ обоснуйте.

Б) Охарактеризуйте этапы прогнозирования предложенного метода.

В) Рассчитайте прогноз спроса на продукцию и услуги фирмы в ноябре – декабре.

### **Задание №17**

1. Организация рекламной кампании: планирование, выбор средств, правила составления текстов рекламных обращений.
2. Организационные аспекты внедрения и развития менеджмента на предприятии.
3. Рассчитайте прибыль до налогообложения ПОП, налог на прибыль при налоговой ставке 20% и сумму чистой прибыли. Оборот ПОП – 3780,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 2640,0 тыс.руб.

### **Задание №18**

1. Ресурсы и факторы производства.
2. Объекты маркетинговой деятельности: нужда, потребность, спрос.
3. Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного начальника и вышестоящего. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу. Выберите предпочтительное решение и обоснуйте его.
  - А. В первую очередь начну выполнять задание того, кого больше уважаю.
  - Б. Сначала начну выполнять задание, наиболее важное на мой взгляд.
  - В. Сначала выполню задание вышестоящего начальника.
  - Г. Буду выполнять задание своего непосредственного начальника.

### **Задание №19**

1. Предприятие - важнейшее звено в решении основной экономической проблемы.
2. Мотивационная политика, ее сущность и этапы мотивационного процесса.
3. Кафе закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1500 штук этого товара еженедельно по цене 235 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 10%.

Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

### **Задание №20**

1. Классификация предприятий.
2. Понятие делового общения , его формы и организация общения.
3. Рассчитайте размер доходов по предприятию общественного питания на планируемый год по данным:
  - Планируемый оборот установлен в сумме 1200 тыс. руб.
  - Удельный вес продукции собственного производства составит 55,8%.

Наценка на продукцию собственного производства 46%, на покупные товары - 20%.

### **Задание №21**

1. Понятие и состав издержек производства и реализации продукции.
2. Цели и задачи самоменеджмента.
3. Какие факторы социально – демографической среды будут играть решающую роль при принятии решений о выходе с товаром (услугой) на рынок, если вы являетесь:
  - производителем пищевых продуктов;
  - хотите открыть ресторан;
  - хотите открыть бистро.

Работу оформите в виде таблицы.

### **Задание №22**

1. Порядок составления калькуляции себестоимости продукции.
2. Коммуникационная и сбытовая политика предприятий общественного питания .
3. Представьте, что вы начальник отдела крупного предприятия, у вас в подчинении находится 50 служащих . Некоторые ваши подчиненные постоянно обращаются к вам за советом или рекомендациями по вопросам, которые должны решать самостоятельно , но и тем самым отвлекают вас от неотложных и более важных дел. Как вы поступите в этой ситуации и есть ли в сложившейся ситуации ваша вина как руководителя?

### **Задание №23**

- 1.Комплекс маркетинга в сфере услуг общественного питания
2. Понятие и характеристика стилей руководства.
3. Определить износ по группе основных фондов, амортизация по которой начисляется линейным методом. Балансовая стоимость основных фондов 300 000 рублей. Срок полезного использования основных фондов 15 лет. Фонды используются 5 лет. Ликвидационная стоимость фондов равна 0.

### **Задание № 24**

- 1.Методика установленных рыночных цен на товары.
- 2.Содержание процесса управления. Цикл менеджмента, характеристика функций цикла.
- 3.Фирма «Любава» предоставляет услуги по организации обслуживания и питания в выходные дни «Комплексный обед» для учащейся молодежи, а также для семейных пар. В дневное время цена на услуги значительно ниже обычной. Определите, какое направление ценовой тактики используется фирмой в данной ситуации? Какие ценовые стратегии можно предложить?

### **Задание №25**

1. Основной капитал, и его роль в производстве.
2. Организация взаимоотношений с сотрудниками.
3. Для формирования спроса и стимулирования сбыта кафе «Мировое кафе Планета» поручила менеджеру составить:
  - 1.1 план проведения рекламной кампании на «Ланч»

- 1.2 подобрать перечень средств торговой рекламы  
 1.3 определить основные задачи сбытовой политики

### **Задание №26**

1. Методы разрешения конфликтов, стратегия поведения в конфликте.
2. Материальные ресурсы и показатели их использования.
3. Рассчитайте экономический эффект ( $\mathcal{E}$ ) от рекламной кампании до дегустации грузинских вин в ресторане «Метрополь». Затраты на рекламную презентацию составили 9400 у.д.е. Торговая рентабельность по реализации вина составляет 20%. Данные о реализации грузинских вин до рекламы и после приведены в таблице.

Период учета товарооборота	Число дней учета	Товарооборот, тыс. у.д.е.	Среднедневной оборот	
			Тыс. у.д.е.	%
До проведения рекламы	10	70, 0	7, 0	100, 0
После проведения рекламы	15	157, 5	10, 5	150, 0

### **Задание №27**

1. Маркетинговая информация и требования, предъявляемые к ней..
2. Виды, принципы и качество управлеченческих решений.
3. Рассчитайте сумму и уровень расходов по ресторану на планируемый год на основе следующих данных:

Переменные расходы в базисном году составили 970 тыс. руб., а в отчетном 1022 тыс. руб. Товарооборот в базисном году составил 4200 т.р., а отчетном 4900 т. р. В планируемом году товарооборот возрастет на 10%. Сумма постоянных расходов составит в планируемом году 1100 тыс. руб.

### **Задание №28**

1. Трудовые ресурсы организации, их состав и структура.
2. Основные требования, предъявляемые к маркетинговому контролю на предприятии общественного питания.
3. Составьте список наиболее важных качеств менеджера с точки зрения этики деловых отношений ( не менее 15 качеств). Объясните свою точку зрения.

### **Задание №29**

1. Производственная мощность предприятия общественного питания
2. Сущность мотивации.Система методов управления в предприятиях общественного питания.
3. На семинаре маркетологов Вам предложили составить логическую последовательность основных этапов проведения анкетного опроса на основе предложенных видов работ:
  - формулировка вопросов;
  - определение численности и состава выборки, методов отборки единиц наблюдения;
  - определение цели и задач опроса;
  - подбор и инструктаж анкетеров;
  - тиражирование анкет;
  - проведение анкетного пилотажа;
  - проведение анкетного опроса;
  - редактирование заполненных анкет;
  - отработка и анализ результатов;
  - разработка рекомендаций по результатам опроса;
  - составление отчета;

- контроль за работой анкетеров.

### **Задание №30**

1. Рентабельность производства, продукции, капитала. Методика определения и сферы их применения.

2. Маркетинговая среда предприятия, план – программа маркетинговой деятельности.

3. Разберите конфликтную ситуацию и определите метод её разрешения.

Вам предлагается выбрать себе заместителя. Кандидаты отличаются друг от друга следующими особенностями взаимоотношений с вышестоящим начальством:

- А. Первый быстро соглашается с мнением или расположением начальника, стремится четко, безоговорочно в установленные сроки выполнить все его задания.
- Б. Второй может быстро соглашаться с мнением начальника, заинтересован и ответственно выполнять все его распоряжения и задания, но только в том случае, если начальник авторитетен для него.
- В. Третий обладает богатым профессиональным уровнем знаний, хороший специалист, умелый организатор, но бывает, не уживчив, труден в контакте.
- Г. Четвертый очень опытный и грамотный специалист, но всегда стремится к самостоятельности и независимости в работе, не любит когда ему мешают.

**3.3. Перечень наглядных пособий, справочных и нормативных документов, разрешённых к использованию на промежуточной аттестации по дисциплине**

**Основы экономики ,менеджмента и маркетинга**

Основные источники:

Федеральные законы и нормативные документы

(в действующей редакции (на момент изучения дисциплины)):

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Ч. 1,2 ( с учётом изменений и дополнений) – URL <http://www.consultant.ru> .
2. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации: [федер. закон 30.12.01 № 197-ФЗ: принят ГД ФС РФ 21.12.01: одобрен Советом Федерации 26.12.01] ( с учётом изменений и дополнений) – URL <http://www.consultant.ru>.
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ ( с учётом изменений и дополнений) – URL <http://www.consultant.ru/popular/cons/>.
4. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (действующая редакция, 2016г) <http://www.consultant.ru>
5. ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения» – URL <http://www.consultant.ru/popular/cons/>
6. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» – URL <http://www.consultant.ru/popular/cons/>
7. ГОСТ 28-1-95 «Общественное питание. Требования к производственному персоналу» – URL <http://www.consultant.ru/popular/cons/>
8. Правила оказания услуг общественного питания (Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036 с изменениями и дополнениями от 21.06.2001 №389) – URL <http://www.consultant.ru/popular/cons/>

#### **4. Тематика рефератов, проектов для текущего контроля умений и знаний**

1. Особенности развития общественного питания в современных условиях
2. Тенденции развития отрасли
3. Пути улучшения эффективности использования основных фондов
4. Задачи управления оборотными средствами.
5. План снабжения предприятий общественного питания сырьем и товарами, его содержание.
6. Современная политика оплаты труда
7. Влияние трудовых факторов на товарооборот
8. Механизм стимулирования труда и его совершенствование
9. Методы планирования издержек производства и обращения
10. Оценка факторов, влияющих на товарооборот.
11. Методика планирования товарооборота предприятий общественного питания.
12. Анализ доходов, прибыли и рентабельности
13. Планирование прибыли
14. Модели национального менеджмента.
15. Делегирование полномочий.
16. Использование мотивации в практике менеджмента.
17. Коммуникативные барьеры и преграды в организационных коммуникациях и пути их преодоления.
18. Коммуникативная сеть
19. Техника телефонных переговоров.
20. Этика делового общения.
21. Деловой этикет.
22. Как провести переговоры?
23. Как подготовить сообщение (выступление)?
24. Концепции маркетинга
25. Классификация и типология потребителей
26. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий общественного питания