



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В Г. ВОЛГОДОНСКЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)



УТВЕРЖДАЮ
И. о. директора

Н.М. Сидоркина

24 апреля 2023 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине**

**«Менеджмент коммерческих отношений»
для обучающихся по направлению подготовки
38.03.01 Экономика
программа бакалавриата «Экономика»
2023 года набора**

Волгодонск
2023

Лист согласования

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине
Менеджмент коммерческих отношений

(наименование)

составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности)

38.03.01 Экономика

(код направления (специальности), наименование)

Рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «ЭиУ» протокол № 12
от «03» 07 2023 г

Разработчики оценочных материалов (оценочных средств)


Доцент


подпись

Е. В. Шевчук

«29» 06 2023 г.

И.о. заведующего кафедрой


Подпись


И.С. Емельяненко

«03» 07 2023 г.

Согласовано:

Представитель работодателя

Директор по продажам АО «Цимлянский
судомеханический завод»


подпись

Лазурченко

«05» 07 2023г.

Финансовый директор ООО "Мир обоев",


подпись

Т.С. Путанашенко

«05» 07 2023г.

**Лист визирования оценочных материалов (оценочных средств)
на очередной учебный год**

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «__» _____ 20__ г. № _____
Заведующий кафедрой «ЭиУ» _____ М.Ю. Диканов
«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «__» _____ 20__ г. № _____
Заведующий кафедрой «ЭиУ» _____ М.Ю. Диканов
«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «__» _____ 20__ г. № _____
Заведующий кафедрой «ЭиУ» _____ М.Ю. Диканов
«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «__» _____ 20__ г. № _____
Заведующий кафедрой «ЭиУ» _____ М.Ю. Диканов
«__» _____ 20__ г.

Содержание

С.

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)	
1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем), с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	5
1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	10
1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, описание шкал оценивания	13
2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)

Оценочные материалы (оценочные средства) прилагаются к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимся установленных результатов обучения.

Оценочные материалы (оценочные средства) используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной, с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

ОК-6: способностью к самоорганизации и самообразованию

ПК-1: владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 1).

Таблица 1 Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины

Код компетенции	Уровень освоения	Дескрипторы компетенции (результаты обучения, показатели достижения результата обучения, которые обучающийся может продемонстрировать)	Вид учебных занятий, работы ¹ , формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции ²	Контролируемые разделы и темы дисциплины ³	Оценочные материалы (оценочные средства), используемые для оценки уровня сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенций ⁴
ОК-6	Знать		Лекции, практические занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуаций)	1.1-1.6	УО, ТЗ, РЗ, ПР, ДЗ	посещаемость занятий; подготовка докладов; познавательная активность на занятиях, качество подготовки докладов и презентаций по разделам дисциплины, выполнение практических заданий, контрольных
	Уровень 1:	особенности своей личности, темперамента и характера, необходимых для выполнения профессиональных задач в организации				
	Уровень 2:	проблемы организации, возможные риски				
	Уровень 3:	методы оценки эффективности и качества; деятельности работников и организации в целом				
	Уметь		Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)			
	Уровень 1:	организовывать собственную деятельность, контролировать себя и подчиненных				
	Уровень 2:	ставить цели, принимать на себя ответственность за результаты выполненной работы				
	Уровень 3:	решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях				

¹ Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа

² Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма, решение творческих задач, работа в группах, проектные методы обучения, ролевые игры, тренинги, анализ ситуаций и имитационных моделей и др.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств

³ Указать номера тем в соответствии с рабочей программой дисциплины

⁴ Необходимо выбрать критерий оценивания компетенции: посещаемость занятий; подготовка к практическим занятиям; подготовка к лабораторным занятиям; ответы на вопросы преподавателя в рамках занятия; подготовка докладов, эссе, рефератов; умение отвечать на вопросы по теме лабораторных работ, познавательная активность на занятиях, качество подготовки рефератов и презентацией по разделам дисциплины, контрольные работы, экзамены, умение делать выводы и др.

	Владеть		Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)			работ, умение делать выводы
	Уровень 1:	информацией, необходимой для повышения самообразования и саморазвития				
	Уровень 2:	информационно-коммуникативными технологиями, необходимыми для личностного развития, самообразования и успешной профессиональной деятельности				
	Уровень 3:	методами и способами повышения квалификации				
ПК-1	Знать		Лекц. Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)	1.1- 1.6	УО, ТЗ, РЗ, ПР, ДЗ	посещаемость занятий; подготовка докладов; познавательная активность на занятиях, качество подготовки докладов и презентаций по разделам дисциплины, выполнение практических заданий, контрольных работ, умение делать выводы
	Уровень 1:	сущность основных теорий мотивации; содержательных теорий мотивации; процессуальных теорий мотивации; типы, виды и формы мотивации труда;				
	Уровень 2:	содержание лидерства; научные подходы к исследованию лидерства; элементы социально-психологической структуры личности;				
	Уровень 3:	методы изучения личности в организации; основные типы темперамента.				
	Уметь		Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)			
	Уровень 1:	ориентироваться в теориях лидерства; определять лидера в группе; определять тип личности в соответствии с различными типологиями;				
	Уровень 2:	производить анализ теорий мотивации; разрабатывать мероприятия по мотивированию персонала организации; разрабатывать методы мотивации труда;				
	Уровень 3:	определять тип темперамента человека; описать личностные характеристики работников, находить способы изменения установок личности.				
	Владеть		Практ. занятия (устный опрос, выполнение			
	Уровень 1:	методами диагностики состояния трудовой мотивации; методами оценки результатов труда;				

	Уровень 2:	методами оценки результативности мотивации;	заданий), СРС (анализ ситуации)			
	Уровень 3:	методами определения личностных характеристик и определения установок личности.				
ПК-7	Знать		Лекции практические занятия (выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)	1.1- 1.6	УО, ТЗ, РЗ, ПР,ДЗ	посещаемость занятий; подготовка докладов; познавательная активность на занятиях, качество подготовки докладов и презентаций по разделам дисциплины, выполнение практических заданий, контрольных работ, умение делать выводы
	Уровень 1:	основы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов				
	Уровень 2:	основы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, принципы координации деятельности исполнителей				
	Уровень 3:	основы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, принципы координации деятельности исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ				
	Уметь		Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)			
	Уровень 1:	поэтапно контролировать реализацию бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров				
	Уровень 2:	поэтапно контролировать реализацию бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, координировать деятельность исполнителей				
	Уровень 3:	поэтапно контролировать реализацию бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в				

		области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ				
	Владеть		<p>Лекции практические занятия (выполнение заданий), СРС (анализ ситуации)</p>			
	Уровень 1:	навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов				
	Уровень 2:	навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основами координации деятельности исполнителей				
	Уровень 3:	навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основами координации деятельности исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ				

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

По дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины); промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся. Текущий контроль служит для оценки объёма и уровня усвоения обучающимся учебного материала одного или нескольких разделов дисциплины (модуля) в соответствии с её рабочей программой и определяется результатами текущего контроля знаний обучающихся.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр по календарному графику учебного процесса.

Текущий контроль предполагает начисление баллов за выполнение различных видов работ. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы. Регламент балльно-рейтинговой системы определен Положением о системе «Контроль успеваемости и рейтинг обучающихся».

Текущий контроль является результатом оценки знаний, умений, навыков и приобретенных компетенций обучающихся по всему объёму учебной дисциплины, изученному в семестре, в котором стоит форма контроля в соответствии с учебным планом.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины: теоретических основ и практической части.

При обучении по заочной форме обучения текущий контроль не предусмотрен.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» проводится в форме зачета.

В табл. 2 приведено весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий.

Таблица 2 Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий

Текущий контроль (50 баллов ⁵)				Промежуточная аттестация (50 баллов)	Итоговое количество баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации
Блок 1		Блок 2			
Лекционные занятия (X_1)	Практические занятия (Y_1)	Лекционные занятия (X_2)	Практические занятия (Y_2)	от 0 до 50 баллов	Менее 41 балла – не зачтено; Более 41 балла – зачтено
5	15	5	25		
Сумма баллов за 1 блок = $X_1 + Y_1 = 20$		Сумма баллов за 2 блок = $X_2 + Y_2 = 30$			

⁵ Вид занятий по дисциплине (лекционные, практические, лабораторные) определяется учебным планом. Количество столбцов таблицы корректируется в зависимости от видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Распределение баллов по блокам, по каждому виду занятий в рамках дисциплины определяет преподаватель. Распределение баллов по дисциплине утверждается протоколом заседания кафедры.

По заочной форме обучения мероприятия текущего контроля не предусмотрены.

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы (табл.3):

Таблица 3– Распределение баллов по дисциплине

Вид учебных работ по дисциплине	<i>Количество баллов</i>	
	<i>1 блок</i>	<i>2 блок</i>
<i>Текущий контроль (50 баллов)</i>		
Посещение занятий	5	5
Выполнение заданий по дисциплине (УО, ТЗ, РЗ, ПР, ДЗ), в том числе:	15	25
- устный опрос (УО)	4	10
- выполнение тестовых заданий (ТЗ)	4	5
- решение задач, разбор ситуаций(РЗ)	4	5
- выполнение письменных работ - (ПР), выполнение дополнительных заданий (ДЗ) подготовка доклада, выступления, презентации.	3	5
	20	30
<i>Промежуточная аттестация (50 баллов)</i>		
Зачет в устной форме		
Сумма баллов по дисциплине 100 баллов		

Зачет является формой итоговой оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по дисциплине в целом или по разделу дисциплины. По результатам зачета обучающемуся выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется на зачете обучающимся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом;
- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания в котором очевиден способ решения;
- обучающийся продемонстрировал базовые знания, умения и навыки важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- у обучающегося не имеется затруднений в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса, а если затруднения имеются, то они незначительные;
- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные или частично правильные ответы;

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на базовом уровне (уровень 1) (см. табл. 1).

Оценка «не зачтено» ставится на зачете обучающийся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками по предложенной преподавателем инструкции решать типовые учебные задачи;
 - имеются существенные пробелы в знании основного материала по программе курса;
 - в процессе ответа по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах зачетного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала;
 - имеются систематические пропуски обучающийся лекционных и практических занятий по неуважительным причинам;
 - во время текущего контроля обучающийся набрал недостаточные для допуска к зачету баллы;
 - вовремя не подготовил отчет по практическим работам, предусмотренным РПД.
- Компетенция(и) или ее часть (и) не сформированы.

1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений» осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно - рейтинговой системы, реализуемой в ДГТУ.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр по календарному графику учебного процесса в рамках проведения контрольных точек.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос;
- выполнение тестовых заданий (ТЗ);
- решение практических заданий и задач (РЗ);
- выполнение дополнительных занятий (ДЗ);
- выполнение письменных работ (ПР).

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Перечень вопросов для устного опроса

определен содержанием темы в РПД и методическими рекомендациями по изучению дисциплины.

Защита практических заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с расписанием занятий. Преподаватель проверяет правильность выполнения практического задания студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: в процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с практическим заданием, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумели самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со направлением обучения студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Итоговый контроль освоения умения и усвоенных знаний дисциплины «Менеджмент коммерческих отношений» осуществляется в процессе промежуточной аттестации на зачете. Условием допуска к зачету является положительная текущая аттестация по всем практическим работам учебной дисциплины, ключевым теоретическим вопросам дисциплины.

2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1 Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний и умений:

2.1.1 Вопросы устного опроса (УО) для оценивания результатов обучения в виде знаний и умений:

1. Основные понятия и сущность менеджмента. Менеджмент и управление. Отличительные особенности менеджмента. Виды управления. Виды менеджмента.
2. Объекты и субъекты в управлении. Организация как основной объект менеджмента. Составляющие организации. Характеристика организации.
3. Миссия и цели организации. Классификация целей. Построение «дерева целей».
4. Организационные структуры управления и их характеристика.
5. Функции и методы управления. Делегирование как функция менеджмента.
6. Стратегический анализ организации. Внешняя и внутренняя среда организации. PEST – анализ, SWOT - анализ.
7. Разработка управленческих решений. Управленческие полномочия в коммерческих структурах.
8. Мотивация деятельности человека в организации.
9. Сущность и содержание коммерческой деятельности
10. Роль и задачи развития коммерческой деятельности в условиях рынка
11. Этапы коммерческой деятельности. Коммерческие структуры и коммерческие службы.
12. Сущность предпринимательской деятельности и ее виды.
13. Источники и виды коммерческой информации.
14. Коммуникативная политика предприятия. Различные виды рекламы и ее воздействие на эффективность коммерческой деятельности предприятия

Система маркетинговых коммуникаций (реклама, связи с общественностью, личные продажи, стимулирование сбыта).

15. Коммерческие риски и их классификация. Факторы, влияющие на возникновение рисков. Страхование коммерческой деятельности. Способы уменьшения коммерческих рисков.
16. Коммерческая информация. Информационная обеспеченность коммерческой деятельности. Источники и виды коммерческой информации. Информация и коммуникации в управлении
17. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торговых организаций
18. Сбытовая политика и организация товародвижения
19. Искусство продажи и формы общения с клиентами. Техники эффективных продаж. Формы и стили продаж. Установление контактов с покупателями
Техника и приёмы эффективных продаж
20. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка
21. Комплексный подход к изучению и оценке покупательского спроса
22. Методы сбора и обработки информации о спросе. Основные направления и функции по изучению спроса
23. Психология и этика коммерческой деятельности
24. Основы ведения коммерческих переговоров
25. Особенности коммерческой деятельности за рубежом. Основные особенности зарубежных рынков

Критерии оценки устного опроса (доклада, сообщения):

- качество доклада (четко выстроен; сопровождается иллюстративным материалом; не зачитывается);
- использование демонстрационного материала (автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался);
- качество ответов на вопросы (четко отвечает на вопросы);
- владение научным и специальным аппаратом (владение специальным аппаратом и научной терминологией);
- четкость выводов (выводы четкие и доказаны).

Критерии оценки презентации:

- содержание (работа демонстрирует глубокое понимание описываемых процессов; даны интересные дискуссионные материалы; грамотно используется научная лексика; предложена собственная интерпретация или развитие темы);
- дизайн (логичен и очевиден; подчеркивает содержание; все параметры шрифта хорошо подобраны (текст хорошо читается));
- графика (хорошо подобрана; соответствует содержанию и обогащает его);
- грамотность (нет ошибок: ни грамматических, ни синтаксических).

Шкала оценивания устного опроса (доклада, сообщения, презентации):

Максимальная оценка 5 баллов - отлично; студент полно и аргументировано отвечает по содержанию вопросов; обнаруживает полное понимание материала; может обосновать свои суждения; привести примеры.

4 балла – хорошо; студент дает ответ, удовлетворяющий требованиям, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет;

3 балла – удовлетворительно; ответ обучающегося является полным, точным, уверенным и аргументированным.

1-2 балла – неудовлетворительно. ответ обучающегося является не полным, не точным, не уверенным и не аргументированным.

2.1.2 Тестовые задания (ТЗ) для оценивания результатов обучения в виде знаний:

Вариант 1

1. *Ассортимент – это...*

- А) набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков
- Б) совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров и услуг с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли
- В) комплекс мер, обеспечивающих поддержание товарных запасов в нормативных размерах, регулирование поступления и отпуска их со склада, учет и контроль за составлением запасов

2. *Товарная политика – это...*

- А) комплексное понятие, включающее в себя ассортиментную политику, создание новых товаров и запуск их в производство, исключение из планов товаров, потерявших потребительский спрос, модификацию товаров, вопросы упаковки, товарного знака и наименование товара
- Б) составная часть коммерческой деятельности товарного предприятия, включающая в себя выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров
- В) совокупность товарной массы, находящейся в сфере обращения и предназначенной для продажи

3. *По степени сложности ассортимента выделяют:*

- А) простой и сложный ассортимент товаров; Б) промышленный и торговый ассортимент товаров; В) рациональный и оптимальный ассортимент товаров

4. *Различают следующие виды оптовых предприятий:*

- А) магазины, палатки, ларьки, павильоны, передвижные (автомагазины); Б) торговые объединения, торговые комплексы, торговые центры; В) брокеры, агенты, дистрибьюторы, дилеры

5. *Предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывающее услуги по организации оптового оборота - ...*

- А) предприятие оптовой торговли; Б) предприятие розничной торговли;
- В) фирмы, занимающиеся прямой торговлей по каталогам

6. *Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Её предметом является не только продажа, но и торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг покупателям.*

- А) предприятие оптовой торговли; Б) предприятие розничной торговли;
- В) фирмы, занимающиеся прямой торговлей по каталогам

7. Закупка товаров – составная часть коммерческой деятельности торгового предприятия, включающая в себя ...

- А) изучение и прогнозирование покупательского спроса, выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- Б) организацию хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая разработку и заключение договоров поставки, организацию учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств
- В) всё выше перечисленное

8. Под каналами распределения понимаются

- А) прямая доставка товаров от производителя непосредственно в розничную торговую сеть;
- Б) посредники, с помощью которых происходит перепродажа товаров при их движении к местам потребления; В) коммерческие отношения с партнерами

9. Источниками поступления потребительских товаров являются:

- А) промышленные, сельскохозяйственные предприятия, местная промышленность, индивидуальные производства, оптово-посреднические структуры, оптовые и оптово-розничные склады, поставки от зарубежных фирм и компаний
- Б) каналы распределения; В) предприятия розничной и оптовой торговли

10. Государственные организационные структуры, участвующие в регулировании коммерческой деятельности:

- А) Торгово-промышленная палата РФ, Российское агентство поддержки малого предпринимательства, общественных объединений предпринимателей страны
- Б) Совет по промышленной политике и предпринимательству при Правительстве РФ
- В) Государственный таможенный комитет РФ, Госторгинспекция

11. Товародвижение – это:

- А) доставка товаров через установленные промежутки времени
- Б) процесс пространственного перемещения товаров, включающий перевозку товаров различными видами транспорта, прохождение товарной массы через определенные складские звенья и доставку товаров в розничную сеть
- В) процесс поставки товаров в режиме нарастания или сокращения в зависимости от колебаний спроса

12. Товаросопроводительными документами являются:

- А) счет-фактура, ТГН, товарная накладная, сертификат соответствия, ветеринарная справка
- Б) счет-фактура, акт об установлении расхождения по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей, карточка учета материалов
- В) требование, накладная на отпуск материалов на сторону, приходный ордер

13. Товарный запас – это:

- А) составная часть коммерческой деятельности товарного предприятия, включающая в себя выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров
- Б) совокупность товарной массы, находящейся в сфере обращения и предназначенной для продажи; В) движение товаров по каналам распределения

14. По количеству посредников, занятых доведением товаров до потребителя, каналы подразделяются на:

- А) централизованные и децентрализованные; Б) одноуровневые и многоуровневые
- В) минимальные и максимальные

15. Объектом коммерческой деятельности является:

- А) все, что способно приносить прибыль: имущество, товары (вещи и услуги), деньги и ценные бумаги, информация, результаты интеллектуальной деятельности (патенты, лицензии, произведения науки, литературы, «ноу-хау»)
- Б) некоторая сущность в виртуальном пространстве, обладающая определённым состоянием и поведением, имеющая заданные значения свойств (атрибутов) и операций над ними (методов)
- В) реализация товаров (работ, услуг), имущество, прибыль, доход, расход или иное обстоятельство, имеющее стоимостную, количественную или физическую характеристику, с наличием которого законодательство о налогах и сборах связывает возникновение у налогоплательщика обязанности по уплате налога

Вариант 2

1. Под сохранением в секрете информации, доступ к которой ограничен узким кругом пользователей (отдельных лиц или организаций) подразумевается:

- А) конфиденциальность; Б) материальность; В) документированность

2. В результате некомпетентного оформления договора...

- А) договор может быть признан недействительным; Б) к договору прикладывается дополнительное соглашение; В) сделка оценивается как притворная

3. Различают следующие виды каналов товародвижения:

- А) одноуровневые, двухуровневые, многоуровневые; Б) собственные, арендованные, комбинированные; В) государственные, муниципальные, стоимостные

4. На товар животного происхождения поставщик обязан представить:

- А) грузовую таможенную декларацию; Б) ветеринарную справку
- В) акт об обнаружении недостатка

5. Разумные сроки в гражданском законодательстве – это:

- А) 1 неделя; Б) 1 месяц; В) 1 – 2 дня

6. Целью коммерческой деятельности является

- А) извлечение прибыли
- Б) анализ, планирование и оценка коммерческой деятельности в целом и отдельных ее процессов
- В) решение важнейших вопросов, связанных с формированием качества и ассортимента, классификацией, кодированием товара

7. Комплекс мер, обеспечивающих поддержание товарных запасов в нормативных размерах, регулирование поступления и отпуска их со склада, учет и контроль за составлением запасов называется:

- А) физическое распределение товара; Б) товародвижение; В) управление запасами

8. Субъектом коммерческой деятельности является:

- А) государство РФ и республики, входящие в состав РФ, государственные образования, муниципальные образования, хозяйствующие субъекты различных форм собственности
- Б) государственные и муниципальные унитарные предприятия
- В) физические и юридические лица

9. Под исполнением договора понимается:

- А) передача товара в собственность покупателю

Б) осуществление кредитором прав и исполнение должником обязанностей, возникших из заключенного договора; В) соблюдение дееспособности сторон договора

10. При продвижении товаров к потребителям используются следующие формы товародвижения:

- А) промышленная и сельскохозяйственная
- Б) экономическая и организационная
- В) транзитная и складская

11. Комплекс мер, обеспечивающих поддержание товарных запасов в нормативных размерах, регулирование поступления и отпуска их со склада, учет и контроль за составлением запасов называется:

- А) физическое распределение товара
- Б) товародвижение
- В) управление запасами

12. Существенным условием договора контрактации является объект продажи, а именно:

- А) сельскохозяйственная продукция
- Б) сельскохозяйственная продукция, прошедшая переработку
- В) сельскохозяйственная продукция, не прошедшая переработку

13. Органами, контролирующими все стороны коммерческой деятельности, являются:

- А) Госторгинспекция, Госстандарт России, Государственная налоговая служба РФ, Министерство здравоохранения РФ, Государственный таможенный комитет РФ
- Б) Генеральный прокурор Российской Федерации и подчиненные ему прокуроры в соответствии с федеральным законом
- В) Органы охраны территории государственных природных заповедников и национальных парков, органы, ответственные за исполнение федерального бюджета, Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав, Органы и учреждения уголовно-исполнительной системы

14. В основу типового разнообразия оптовых предприятий положены масштабы их деятельности, на основании которых выделяют оптовые предприятия:

- А) общенационального и регионального уровней
- Б) федерального и муниципального уровней
- В) одно- и многоуровневые

15. Сбытовая политика фирмы — это...

- А) основные направления и цели организации в области качества, официально сформулированные управленческим составом организации
- Б) процесс организации и эксплуатации сбытовой сети, адекватной поставленным стратегическим целям фирмы на данном рынке
- В) комплексное понятие, включающее в себя ассортиментную политику, создание новых товаров и запуск их в производство, исключение из планов товаров, потерявших потребительский спрос, модификацию товаров, вопросы упаковки, товарного знака и наименование товара

Вариант 3

1. Менеджмент – это: А) умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации; Б) искусство ; В) наука + опыт; Г) практика управления
2. Планирование, организация, регулирование и контроль - это: А) обязанность менеджера; Б) функции менеджмента; В) этапы планирования; Г) новый метод управления
- 3 Бизнес-план это: А) программа конкурентных преимуществ; Б) программа развития организации; В) финансовый документ
4. Стратегия расширения ассортимента и повышения уровня качества называется: А) лидерством по ценам; Б) стратегией ниши; В) фокусной стратегией; Г) стратегией дифференцирования
5. Ограниченный рост, рост, сокращение и их сочетание являются основными видами: А) промышленной политики; Б) стратегических альтернатив; В) технической политики; Г) организационной тактики
6. Для чего осуществляется делегирование полномочий подчинённым: А) для оптимального решения комплексной задачи; Б) для сохранения "группового" стиля работы; В) для проверки квалификации подчиненных; Г) для разгрузки самого руководителя
7. Процесс регулирования разных видов деятельности, структур организации - это: А) анализ среды и стратегическое планирование; Б) контроль; В) мотивация; Г) координация
8. Что такое управленческое решение? А) любой результат мыслительной деятельности человека; Б) действия руководителя в рамках своих функций; В) распоряжение руководителя, поддержанное коллективом
9. Исходным этапом стратегического управления является этап.: А) выполнения стратегии; Б) оценки стратегии; В) выбор стратегии; Г) анализа внешней и внутренней среды организации;
10. Процесс бизнес-планирования – это: А) план реализации проекта; Б) перечень маркетинговых задач; В) список организационных вопросов
11. Сущностью процесса стратегического планирования является: А) долгосрочный характер; Б) анализ вариантов и выбор стратегии; В) детализация планов; Г) соответствие целям будущего
12. Целью стратегического анализа является: А) сокращение управленческого персонала; Б) выявление сильных и слабых сторон организации; В) повышение эффективности работы персонала
13. Какой из подходов не относится к известным школам в управлении? А) научное управление; Б) административное управление; В) новая экономическая политика; Г) человеческие отношения
14. Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха: А) люди – продукция – прибыль ; Б) прибыль – люди – продукция ; В) продукция – прибыль – люди ; Г) люди – прибыль – продукция

15. Тип рыночной ситуации олигопсония это: А) мало продавцов; много покупателей; Б) много продавцов; мало покупателей ; В) мало продавцов; мало покупателей ; Г) много покупателей; много продавцов

16. Тип рыночной ситуации совершенная конкуренция это: А) мало продавцов; много покупателей ; Б) много продавцов; мало покупателей ; В) мало продавцов; мало покупателей ; Г) много покупателей; много продавцов

17. Тип конкурентного поведения при котором субъект борется за сохранение достигнутых рубежей это: А) креативный ; Б) приспособленческий ; В) обеспечивающий

Тестовые задания (ТЗ) выполняются студентами перед контрольной точкой текущей аттестации соответственно по разделам.

Максимальное количество баллов по разделу – 4.

Оценка 4 балла выставляется обучающемуся, если он правильно ответил на 80% и более тестовых заданий;

Оценка 3 балла выставляется обучающемуся, если он правильно ответил на 61-79% тестовых заданий;

Оценка 2 балла выставляется обучающемуся, если он правильно ответил на 41-60% тестовых заданий;

Оценка 1 балл выставляется обучающемуся, если он правильно ответил на 21-40% тестовых заданий;

Оценка 0 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно ответил на 20 % и менее тестовых заданий.

2.2 Задания для оценивания результатов обучения в виде владений и умений

2.2.1 Комплекс практических заданий и задач (РЗ)

Прочитайте нижеприведенные ситуации и дайте ответы на вопросы к ним.

Ситуация 1. Из наблюдений президента железнодорожной компании:

«Многие менеджеры железнодорожных управлений заняты тем, что проверяют билеты, смазывают оси, прочищают паровые свистки и показывают повару вагона-ресторана, как делается салат. И потом еще удивляются, что их дела кончаются провалом».

Вопрос. А чем же должны заниматься менеджеры?

Ситуация 2. При проведении реконструкции производства мастер Иванов получил задание перевести 10 своих подчиненных на другую работу. Мастеру это поручение было крайне неприятно. Он не хотел бы, чтобы его люди были в претензии на него, поэтому размышлял, как лучше всего устроиться от этого дела.

Наконец нашел выход: он предложил своему начальнику цеха всех своих подчиненных - 20 человек — и попросил его выбрать тех десятерых, которые ему покажутся подходящими. Увы, начальник на эту уловку не попался.

Вопросы.

1. Обоснован ли на ваш взгляд был отказ начальника цеха мастеру Иванову?

2. Как Вы думаете, какие принципы управления разъяснил при отказе начальник цеха мастеру Иванову?

3. Какой теоретический принцип хотел применить мастер Иванов, обращаясь к начальнику цеха?

Ситуация 3. Это был по-настоящему несчастливый день для мастера Петрова. Два его сотрудника сообщили, что они больны. Рано утром один подвернул на лестнице ногу, и его сразу же увезли в больницу, а через два часа другой повредил руку при заточке инструмента. А ведь через три дня должен быть выполнен большой заказ для фирмы «Шмидт и К».

С большим трудом мастер перераспределил задания среди оставшихся рабочих и ушел на согласование к конструктору. Когда он вернулся из конструкторского бюро, то увидел, что трое из оставшихся рабочих отсутствуют. Оказалось, что в отсутствие мастера приходил главный инженер предприятия и дал указание трем рабочим немедленно идти вместе с ним на разгрузку вагонов. Так как мастер Петров не мог больше увидеть главного инженера, то распоряжение начальства нельзя было отменить. Тем самым становилось невозможным выдержать сроки выполнения заказа фирмы «Шмидт и К».

Вопросы.

1. Кто виноват в сложившейся ситуации?
2. Какой принцип управления был нарушен в данной ситуации?

Ситуация 4. Главный специалист Коновалов дает двум руководителям отделов задание - позаботиться о том, чтобы сроки поставок фирме «Хорнеман и К0» были выдержаны. Оба активно включаются в дело, причем друг с другом не советуются, так как каждый ведет свою линию по устранению проблем со сроками.

Работники производственного отдела, задерганные разноречивыми указаниями, высказывают свое недовольство Коновалову, который отчитал обоих. В результате отношения между двумя руководителями отделов испортились.

Вопросы.

1. Назовите виновников создавшегося положения.
2. Что, по Вашему мнению, мешало руководителям отделов согласовать свои действия?

Ситуация 5. На предложение мастера производственной мастерской доделать начатую работу во внеурочное время работница потребовала у него гарантированной дополнительной оплаты сверх положенного по закону. Мастер пришел за советом к вышестоящему руководителю (начальник цеха), где было решено, что мастер должен отказать работнице в необоснованных требованиях.

Спустя некоторое время вышестоящий руководитель подошел к работнице и спросил, когда будет выполнена работа. Последовал вопрос: «А сколько я за это буду иметь» Вынув из кармана бумажник, руководитель протянул его работнице со словами: «Берите сколько надо». Последовало замешательство, затем слова: «Я так не могу»- «А я по-другому не могу, так как Вы, очевидно, забыли, что здесь не частное, а государственное предприятие». На другой день об этом узнал весь цех, что практически полностью исключило инциденты подобного рода. Все знали, что добросовестный труд будет по достоинству оценен, в том числе и материально, но вне зависимости от того, когда он будет выполнен.

Вопросы.

1. Какой метод управления использовал начальник цеха при разрешении данной проблемы?
2. Какой принцип управления был выполнен, и каким руководителем?
3. Правильно ли поступил мастер, вынося вопрос на вышестоящий уровень управления?

Ситуация 6. По производственной необходимости рабочего, имеющего высокую квалификацию, на один месяц перевели с участка на участок в пределах цеха без изменения специальности и характера работы. Выбор пал на него потому, что он раньше выполнял эту работу, о чем ему было заявлено. Наблюдения показали, что рабочий не только не справлялся с заданием мастера, но и перестал выполнять норму выработки, мотивируя это тем, что уже отвык от когда-то выполнявшейся им работы. Однако своим товарищам он говорил, что делает это умышленно, дабы «научить начальство», т. е. исключить подобные переводы в будущем. Ради этого он даже жертвовал своей месячной зарплатой. Мастер вышел с предложением заменить этого работника другим, но после реальной оценки ситуации было решено поступить иначе.

Вопрос. Какой иной вариант решения в данном случае необходимо принять руководству цеха, чтобы выполнить принцип «двоецелия» решения?

Задание 1

Компания, специализирующаяся на производстве одежды, производит трикотажные костюмы многофункционального назначения – для спорта и дома. Модели костюмов – от традиционных до остромодных. Используется как синтетическое, так и натуральное сырье. Предпочтение отдается производству крупными партиями, что обеспечивает экономию на издержках и сравнительно низкие цены. Сформулируйте миссию компании

Задание 2

Частный ресторан специализируется на французской кухне. Блюда предназначены для гурманов и приготовлены высококлассными поварами и кулинарами. Меню ресторана содержит более 50 блюд по достаточно высоким ценам. Сформулируйте миссию ресторана.

Задание 3

Компания «Кабельные сети» для привлечения новых групп потребителей пользования услугами сети «Интернет» потребовалось внедрение новых технологий. Сформулируйте миссию данной компании.

Задание 4

Перерабатывающему предприятию по производству томатной пасты необходимо расширить рынок сбыта за счет вытеснения слабых конкурентов. Основное конкурентное преимущество – наличие сырьевой базы. Сформулируйте миссию данного предприятия.

2.2.2. Темы письменных работ - (ПР) - подготовка рефератов, докладов, презентаций, выполнение письменных самостоятельных работ.

1. Основные понятия и сущность менеджмента
2. Развитие коммерческой деятельности в России
3. Технология менеджмента. Процесс и функции управления
4. Управленческие полномочия в коммерческих структурах
5. Применение стратегического анализа в малом и среднем бизнесе
6. Бизнес-планирование как основа развития организации
7. Назначение и преимущества малого и среднего бизнеса
8. Реинжиниринг бизнес-процессов
9. Содержание организационных полномочий.
10. Методика осуществления делегирования. Связь делегирования с организационной структурой организации.

11. Теория мотивации. Классификация мотивационных теорий.
12. Стимулирование и мотивация. Виды стимулирования. Практические методы мотивации.
13. Рекомендации по организации проведения контроля.
14. Контроль как функция менеджмента. Государственные стандарты РФ (ГОСТы и ТУ).
15. Роль коммуникаций в системе управления. Классификационная схема организационных коммуникаций (внутренние, внешние). Модель процесса коммуникации.
16. Технология принятия решений.
17. Модели и методы принятия управленческих решений.
18. Рынок и рыночная экономика.
19. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка.
20. Коммерческий риск и способы его уменьшения.
21. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торговых организаций.
22. Контроль ассортимента в объектах различных торговых организаций.
23. Искусство продажи и общения с клиентом.
24. Формы и стили продаж. Установление контактов с покупателями.
25. Роль и задачи развития коммерческой работы в условиях рынка.
26. Роль рекламы в комплексе мер по стимулированию сбыта.
27. Стимулирование потребителей.
28. Различные виды рекламы и ее воздействие на эффективность предприятия.
29. Психология и этика коммерческой деятельности.

Варианты письменных работ

Вариант 1.

1. Основные понятия и сущность менеджмента
2. Технология принятия управленческих решений. Модели и методы принятия управленческих решений.

Вариант 2

1. Развитие коммерческой деятельности в России.
2. Искусство продажи и общения с клиентом.

Вариант 3

1. Реинжиниринг бизнес-процессов
2. Роль рекламы в комплексе мер по стимулированию сбыта

Вариант 4

1. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка
2. Теория мотивации. Классификация мотивационных теорий

Вариант 5

1. Стимулирование и мотивация. Виды стимулирования. Практические методы мотивации.
2. Психология и этика коммерческой деятельности.

Вариант 6

1. Стимулирование потребителей.
2. Коммерческий риск и способы его уменьшения

Вариант 7

1. Назначение и преимущества малого и среднего бизнеса.
2. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торговых организаций.

Вариант 8

1. Контроль ассортимента в объектах различных торговых организаций
2. Различные виды рекламы и ее воздействие на эффективность организации

Максимальное количество баллов – 9.

Оценка 9 баллов выставляется обучающемуся, если он подготовил доклад к конференции или статью;

Оценка 4-8 баллов выставляется обучающемуся, если он подготовил доклад к конференции или статью, где недостаточно отражена актуальность (снижение на один балл), метод (снижение на один балл) и новизна исследования (снижение на два балла):

Оценка 1-3 балла выставляется обучающемуся, если частично подготовил доклад к конференции или статью, где отразил актуальность (один балл), метод исследования (один балл) и новизну исследования (два балла).

2.3 Типовые экзаменационные материалы

Перечень вопросов для проведения зачета (теоретические вопросы)

1. Основные понятия и сущность менеджмента
2. Формирование миссии и целей организации. Классификация целей
3. Построение «дерева целей»
4. Организационные структуры управления и их проектирование
5. Технология менеджмента. Процесс и функции управления
6. Стратегический анализ организации. Внешняя и внутренняя среда организации. SWOT-анализ. PEST-анализ
7. Разработка управленческих решений
8. Управленческие полномочия в коммерческих структурах
9. Мотивация деятельности человека в организации
Содержательные и процессуальные теории мотивации и их практическое применение
10. Делегирование как функции менеджмента
11. Назначение и преимущества малого и среднего бизнеса
12. Применение стратегического анализа в малом и среднем бизнесе
13. Рынок и рыночная экономика
14. Бизнес-планирование как основа развития организации
15. Реинжиниринг бизнес-процессов
16. Развитие коммерческой деятельности в России
17. Сущность и содержание коммерческой деятельности.
18. Роль и задачи развития коммерческой деятельности в условиях рынка
19. Этапы коммерческой деятельности. Коммерческие структуры и коммерческие службы.
20. Сущность предпринимательской деятельности и ее виды.

21. Коммерческие риски и их классификация. Факторы, влияющие на возникновение рисков. Страхование коммерческой деятельности. Способы уменьшения коммерческих рисков.
22. Коммерческая информация. Информационная обеспеченность коммерческой деятельности. Источники и виды коммерческой информации. Информация и коммуникации в управлении
23. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торговых организаций
24. Сбытовая политика и организация товародвижения
25. Искусство продажи и формы общения с клиентами. Техники эффективных продаж. Формы и стили продаж. Установление контактов с покупателями
26. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка
27. Психология и этика коммерческой деятельности.
28. Коммуникативная политика предприятия. Различные виды рекламы и ее воздействие на эффективность коммерческой деятельности предприятия
29. Контроль ассортимента в объектах различных торговых организаций
30. Развитие коммерческой деятельности за границей. Особенности коммерческой деятельности за рубежом. Основные особенности зарубежных рынков.

Структура оценочных материалов (оценочных средств), позволяющих оценить уровень компетенций, сформированный у обучающихся при изучении дисциплины «Менеджмент коммерческих отношений» приведен в таблице 4.

Таблица 4 - Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Менеджмент коммерческих отношений»

Код компетенции	Знать	Оценочные средства		Уметь	Оценочные средства		Владеть	Оценочные средства	
		текущий контроль	промежуточный контроль		текущий контроль	промежуточный контроль		текущий контроль	промежуточный контроль
ОК-6	Особенности своей личности, темперамента и характера, необходимых для выполнения профессиональных задач в организации	УО, вопросы 1-8, 10-12; ТЗ -1-3	Вопросы к зачету 1-8; 10-13; 18-23	Организовывать собственную деятельность, контролировать себя и подчиненных; ставить цели, принимать на себя ответственность за результаты выполненной работы; решать проблемы, оценивать риски, принимать решения в нестандартных ситуациях	УО, вопросы 1-8; 10-12 РЗ 1-10; ТЗ ПР (11,12)	РЗ (1-10)	Информацией, необходимой для повышения самообразования и саморазвития; методами и способами повышения квалификации	УО, вопросы 1-8; 10-12 ТЗ РЗ (1-10) ПР (11,12)	РЗ 1-10)

ПК-1	Сущность основных теорий лидерства; методы изучения личности в организации; основные подходы к определению понятия «личность».	УО, вопросы 8 ТЗ-1-3	Вопросы к зачету 9	Производить сравнительный анализ теорий мотивации; ориентироваться в теориях лидерства; определять лидеров в группах; определять тип темперамента работника	УО, вопросы 8 РЗ 1-10; ПР (11,12)	РЗ 1-10	Методами диагностики состояния трудовой мотивации; методами оценки результатов труда; методами определения личностных характеристик работников.	УО, вопросы 12,13, 18; РЗ 1-10; ТЗ ПР (11,12)	РЗ (1-10)
------	--	-------------------------	--------------------	---	---	---------	---	---	-----------

ПК-7	Основы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых договоров и соглашений	УО вопросы 1-8; 9-12; ТЗ -1-3	Вопросы к зачету 1-30	Поэтапно контролировать реализацию бизнес-планов для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных работ	УО вопросы 1-25 РЗ-1-10 ПР 1-10	РЗ 1-10	Навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых договоров и соглашений для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	УО вопросы 1-25 ТЗ-1 ПР 1-10	РЗ 1-10
------	--	----------------------------------	-----------------------	---	---------------------------------------	---------	--	------------------------------------	---------

