


| | | |
|---|--|--|
|  | <p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»</p> | <p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО- ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ»</p> |
|---|--|--|

**Оценочные средства для проведения аттестации
по дисциплине «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-
технического профиля» для обучающихся
по направлению подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»
(уровень магистратуры)
в 2020-2021 учебном году**

5.1. Оценочные средства для проведения текущей аттестации по дисциплине

Формы текущей аттестации: написание и защита рефератов, собеседование по контрольным вопросам, тестирование

5.1.1. Примерные темы рефератов:


1. План маркетинга. Значение анализа в процессе планирования маркетинга
2. Теории мотивации, используемые в маркетинге
3. Специфика маркетинговой среды в различных регионах России.
4. Истоки возникновения современного менеджмента. Современные концепции управления.
5. Понятие и виды функций менеджмента.
6. Контроль и регулирование в системе менеджмента.

5.1.2. Примеры контрольных вопросов для собеседования


1. Роль и классификация потребителей на рынке.
2. Система маркетинговой информации, методы сбора информации.
3. Товарные посредники, их классификация.
4. Характеристика внешней среды организации, основные факторы внешней среды и методы анализа.
5. Классификация конфликтов в коллективе и характеристика способов их разрешения.

5.1.3. Примеры вопросов для тестирования


| № | Тесты для текущей аттестации | Проверяемые компетенции |
|----|---|-------------------------|
| 1. | <p>В каком из высказываний в наибольшей степени проявляется суть маркетинга: а) мы продаем любому, кто покупает;</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»</p> | <p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ»</p> |
|---|--|---|

| | | |
|----|---|-------------------------|
| | <p>б) мы продаем на специфических сегментах рынка; в) мы анализируем нужды клиентов и обслуживаем специфические сегменты; г) мы продаем по низкой цене.</p> | |
| 2. | <p>Маркетинг начинается с...: а) разработки и производства товара; б) информационной рекламной компании в) изучения рынка и запросов потребителей; г) определения маркетинговой стратегии.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 3. | <p>Чувство ощущаемой нехватки чего-либо в маркетинге рассматривается как: а) потребность; б) нужда; в) мотив; г) запрос.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 4. | <p>Спрос на товар как категория маркетинга - это: а) потребность в товаре; б) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем; в) нужда в конкретном виде продукции; г) покупка нужного потребителю товара.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 5. | <p>Какое состояние спроса не рассматривается в маркетинге: а) потенциальный спрос; б) комплексный спрос; в) ажиотажный спрос; г) нерациональный спрос.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 6. | <p>Какой из указанных ниже товаров может удовлетворить несколько различных потребностей многих групп потребителей: а) шариковая ручка; б) велосипед; в) мыло; г) компьютер.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 7. | <p>Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается: а) превышение предложения над спросом; б) большое количество потребителей товаров; в) превышение спроса над предложением; г) высокий уровень доходов основной массы населения.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»</p> | <p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ»</p> |
|---|--|--|

| | | |
|-----|--|-------------------------|
| 8. | <p>Рынок продавца определяет ситуацию, когда на рынке отмечается:</p> <p>а) большое количество производителей товара; б) превышение предложения над спросом; в) перенасыщение рынка предприятиями розничной торговли; г) превышение спроса над предложением.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 9. | <p>Менеджмент - это:</p> <p>а) руководство людьми; б) распорядительство; в) управление организациями и людьми; г) делегирование полномочий и контроль.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 10. | <p>Организационная структура аппарата управления:</p> <p>а) это форма разделения труда по управлению производством б) это производственная структура; в) это основное производство; г) это вспомогательное производство.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 11. | <p>А. Файоль является основателем такого научного направления в менеджменте, как:</p> <p>а) школа поведенческих наук; б) школа человеческих отношений; в) школа научного управления; г) классическая (административная) школа управления.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 12. | <p>Ф. Тейлор является основателем такого научного направления в менеджменте, как :</p> <p>а) школа поведенческих наук; б) школа человеческих отношений; в) школа научного управления; г) классическая (административная) школа управления.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 13. | <p>Какие теории мотивации направлены на определение потребностей, побуждающих людей к действию:</p> <p>а) процессуальные; б) содержательные; в) теория справедливости; г) теория Портера-Лоулера.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 14. | <p>Современные концепции менеджмента сводятся к следующим подходам:</p> <p>а) системный, эволюционный, научный; б) системный, ситуационный, процессный; в) эволюционный, системный, исторический;</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»</p> | <p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ»</p> |
|---|--|--|

| | | |
|-----|--|-------------------------|
| | г) исторический, процессный, ситуационный. | |
| 15. | <p>Подход в управлении, который рассматривает организацию как совокупность взаимосвязанных элементов в условиях изменения внешней среды - это:</p> <p>а) ситуационный подход; б) процессуальный; в) системный; г) структурный.</p> | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

5.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Промежуточная аттестация представляет собой собеседование.

5.2.1. Перечень вопросов для собеседования

| № | Вопросы для промежуточной аттестации | Проверяемые компетенции |
|---|---|-------------------------|
| 1 | Предпосылки и необходимость маркетинговой деятельности в современных условиях | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 2 | Определения маркетинга и основные дефиниции. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 3 | Управление маркетингом как процесс. Основные концепции управления маркетингом | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 4 | Понятие системы маркетинговой информации. Порядок сбора информации и ее виды | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 5 | Маркетинговое исследование: понятие, виды, программа, методы | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 6 | Сегментация потребительских рынков и рынков предприятий | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |




Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Образовательная программа
направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС
ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И
МЕНЕДЖМЕНТА НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-
ТЕХНИЧЕСКОГО
ПРОФИЛЯ»

| | | |
|----|---|-------------------------|
| 7 | Понятие товара и услуги, основные классификации и свойства. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 8 | Макро- и микросреда фирмы. Факторы внешней и внутренней среды предприятия | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 9 | Характеристика покупателя. Модель потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 10 | Общие подходы к проблеме ценообразования. Ценообразование на разных типах рынков. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 11 | Природа каналов распределения товаров. Горизонтальные и вертикальные маркетинговые системы и их виды. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 12 | Понятие эффективной коммуникации и ее основные элементы. Основные средства воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 13 | Характеристика, виды и задачи рекламы. Основные этапы разработки рекламной программы. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 14 | Понятие стратегического планирования маркетинга, его виды и этапы. Характеристика стратегий роста фирмы. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 15 | Планирование маркетинга и его содержания. Разработка бюджета маркетинга, Характеристика маркетингового контроля. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 16 | Определение содержания понятий «менеджмент» и «управление». Функции, методы и принципы менеджмента | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 17 | Характеристика организации как системы. Основы системного подхода при анализе деятельности фирмы. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 18 | Внутренняя и внешняя среда организации: характеристики, факторы, методы анализа. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 12.04.04 «Биотехнические системы и технологии»</p> | <p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО- ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ»</p> |
|---|--|--|

| | | |
|----|--|-------------------------|
| 19 | Организационная структура управления, эволюция структур. Факторы проектирования организаций. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 20 | Лидерство в системе менеджмента. Основные теории лидерства. Требования к современному менеджеру. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 21 | Планирование как функция управления, понятие, принципы, методы и типы планирования. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 22 | Делегирование полномочий и распределение ответственности как функции управления | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 23 | Социально-психологические функции управления. Мотивация и стимулирование. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 24 | Основные современные теории мотивации: содержательные и процессуальные теории мотивации | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 25 | Сущность, виды и задачи контроля в организации. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 26 | Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 27 | Понятие коммуникаций. Элементы, этапы, проблемы коммуникационного процесса в организации. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 28 | Требования к информации в процессе организационной коммуникации. Пути повышения эффективности коммуникаций | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 29 | Организационная культура: содержание понятия, виды, теоретические подходы. | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 30 | Организационная культура и этика делового общения в организации | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 31 | Понятие и виды организационных конфликтов. Диагностика конфликтов | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |
| 32 | Предупреждение и разрешение конфликтов в организации. Роль руководителя в работе с конфликтами | УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-1 |

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол № 11 от «15» июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева