

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

УТВЕРЖДАЮ


Проректор по учебной работе
А.А. Атанов
20.01.2025

УТВЕРЖДЕНА
протоколом заседания кафедры
математических методов и
цифровых технологий
25.12.2024 г., № 06

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ К
КОМПЛЕКСНОМУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ
ЭКЗАМЕНУ**

по направлению магистратуры
38.04.02 Менеджмент

Иркутск, 2025

Менеджмент

Основные этапы развития менеджмента. Основные школы и концепции управления: школа научного управления, школа административного управления (классическая), школа человеческих отношений, бихевиористское (поведенческое) направление, школа науки управления (количественных методов), процессный подход, системный подход, ситуационный подход. Понятия «менеджмент» и «организация». Роли менеджеров. Внутренняя и внешняя среда организации. Основные факторы внешней среды организации.

Функции менеджмента. Миссия организации, основные требования к ее формулированию. Взаимосвязь стратегических, тактических и оперативных целей организации. Основные виды планирования. Управление по целям. Конкурентные силы и стратегии М.Портера. Разделение труда в организации. Виды полномочий. Делегирование полномочий. Организационная структура. Департаментализация. Механистические и органические организации. Основные виды (типы) организационных структур (линейная, функциональная, дивизиональная, матричная), их преимущества и недостатки. Содержательные и процессные теории мотивации. Иерархия потребностей А. Маслоу. Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей МакКлелланда. Теория ERG Альдерфера. Теория ожиданий. Модель Портера-Лоулера. Теория справедливости. Теории подкрепления. Функция контроля. Виды и компоненты (этапы) управленческого контроля.

Руководство и власть в организации. Формы власти. Понятие лидерства. Лидерство. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Стили руководства. «Управленческая решетка». Ситуационные модели Фидлера, Херси и Бланшара, теория «Путь-цель». Конфликты: понятие, виды и стили (стратегии) разрешения. Организационные коммуникации: понятие и виды. Коммуникационный процесс: элементы и этапы. Организационная культура: понятие и основные типы.

Литература

1. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник. / В. Р. Веснин.– М.: Проспект, 2015.
2. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт – М.: Питер, 2000.
3. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.– М.: Вильямс, 2009.
4. Михненко П.А. Теория менеджмента: учебник / П.А. Михненко.– Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.

Маркетинговое управление

1. Основные понятия маркетинга, история развития маркетинга, концепции управления маркетингом.
2. Анализ рыночных возможностей (маркетинговые возможности и методы их поиска, виды диверсификации, внешние и внутренние факторы, SWOT-анализ, STEP-анализ, SPACE-анализ, отраслевой анализ, ситуационный анализ, конкурентный анализ, бенчмаркинг).

3. Система маркетинговой информации (виды информации, источники маркетинговой информации, методы маркетинговых исследований, типы вопросов, основные этапы маркетингового исследования).
4. Типы рынков (сравнительная характеристика рынков В2В и В2С, модель потребительского поведения на рынке В2С, теория мотивации по Маслоу, процесс принятия решения о покупке на В2В и В2С рынке, этапы восприятия товара-новинки).
5. Сегментирование рынка (понятие сегмента, критерии эффективной сегментации, принципы сегментирования, мероприятия целевого маркетинга, способы охвата рынка с позиции целевого маркетинга, критерии выбора сегмента, процесс сегментации рынка)
6. Позиционирование (понятие позиционирования, этапы позиционирования, карты позиционирования, виды позиционирования, стратегии позиционирования).
7. Разработка комплекса маркетинга (4Р, 7Р, 3-х уровневая модель товара, классификация товаров, товарный ассортимент и его характеристики, торговая марка и бренд, ЖЦТ, типы новых товаров, основные этапы разработки товара-новинки).
8. Ценообразование (анализ факторов влияющих на цену, разработка стратегии и тактики ценообразования, методы ценообразования, политика в области цен, ценовые стратегии, установление цены с точки зрения новизны товара, система скидок).
9. Распространение товара на рынке (основные понятия, уровни каналов товародвижения, участники каналов сбыта на рынке В2В и В2С).
10. Продвижение (маркетинговые коммуникации, продвижение, функции продвижения, виды продвижения и их особенности на рынке В2В и В2С: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, PR, интерактивный маркетинг).

Литература:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing : пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.]. - 2-е европ. изд. - М. : Вильямс, 2007. – 943 с.
2. Багиев Г. Л. Маркетинг : учеб. для вузов : рек. М-вом образования и науки РФ / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : ПИТЕР, 2007. – 733 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг = Market-driven management : рек. Сов. М-ва РФ по образоват. программе / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2010.
4. Лужнова Н.В. Стратегическое маркетинговое управление [Электронный ресурс]: учебник/ Лужнова Н.В., Калиева О.М.— Электрон. текстовые

- данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 289 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71330.html>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Филип Котлер— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Коротков А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 303 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Управление персоналом

Управление персоналом как система. Принципы построения системы управления персоналом. Методы управления персоналом. Задачи службы управления персоналом.

Литература

1. Армстронг М., Armstrong M., Мордовин С. К. Практика управления человеческими ресурсами. A Handbook human resource management practice. учеб. рек. 'ксперт. советом М-ва образования РФ. 8-е изд./ Майкл Армстронг.- СПб.: Питер, 2008.-831 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом. – М.: КноРус, 2013.
3. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова, М. : ИНФРА-М, 2009.
4. [Люшина Э.Ю. Управление человеческими ресурсами \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Э.Ю. Люшина, Е.Г. Моисеева, Е.О. Тихонова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 235 с. — 978-5-4487-0158-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68733.html](http://www.iprbookshop.ru/68733.html)
5. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации» и «Управление персоналом»/ П.Э. Шлендер [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8597.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Демонстрационный материал

Тестовые задания междисциплинарного экзамена для поступающих в магистратуру по направлению 38.04.08 Менеджмент

Тест комплексного междисциплинарного экзамена состоит из 100 вопросов. Каждое задание предусматривает несколько вариантов ответа, из которых следует выбрать один или несколько правильных ответов. Всего за

тест можно набрать 100 баллов. На выполнение экзаменационной работы отводится 3 часа (180 минут).

Комплексный междисциплинарный экзамен для поступления на бюджетные места проводится в виде компьютерного тестирования в системе Moodle.

Комплексный междисциплинарный экзамен для поступления на коммерческие места проводится в виде письменного тестирования.

1. Суть какой концепции состоит в разработке рабочих заданий таким образом, чтобы работники получали возможность полностью реализовать свой потенциал и тем самым удовлетворить высшие потребности?
 - а) концепция бережливого производства;
 - б) концепции человеческих ресурсов;
 - в) концепции научного менеджмента;
 - г) административной концепции.
2. Какую теорию Д.Макгрегор считал наиболее реалистичным подходом к менеджменту:
 - а) теорию X;
 - б) теорию Y;
 - в) теорию Z;
 - г) теорию W .
3. Общие утверждения, описывающие состояние организации в будущем, называются
 - а) стратегическими целями;
 - б) стратегическими планами;
 - в) оперативными целями;
 - г) оперативными планами.
4. Когда полученные организацией результаты не отвечают, поставленным передней целям, возникает
 - а) управленческая проблема;
 - б) управленческая информация;
 - в) управленческое решение;
 - г) управленческая коммуникация.
5. Наилучшим вариантом при принятии управленческих решений является тот, который
 - а) в наибольшей степени позволяет сэкономить финансовые ресурсы;
 - б) позволяет получить наивысшую прибыль;
 - в) позволяет добиться результата, в наибольшей степени соответствующего целям организации при использовании наименьшего объема ресурсов;
 - г) обеспечивает наименьшие риски.
6. Официальное право менеджера отдавать приказы и распределять ресурсы – это
 - а) власть;
 - б) полномочия;

в) лидерство;

г) руководство.

7. Низкая норма управляемости (низкий диапазон управления) и большое число иерархических уровней характерны для

а) плоской структуры;

б) высокой структуры;

в) широкой структуры;

г) узкой структуры

8. К представителям школы научного менеджмента относят:

а) А.Файоля

б) Ф.Тейлора

в) Э.Мэйо

г) М.П. Фоллет

д) Г.Форда

9. Любая организация:

а) может быть представлена как закрытая система

б) может быть представлена как открытая система

в) может быть представлена и как открытая и как закрытая система

г) не может быть представлена как система

10. Внешняя по отношению к организации среда состоит из уровней:

а) систематическое и несистематическое окружение

б) статическое и динамическое окружение

в) общее и непосредственное окружение

г) общее и частное окружение

11. В широком понимании миссия организации рассматривается

а) как программное заявление организации

б) как стратегическая цель организации

в) как совокупность тактических и текущих целей организации

г) как констатация философии, предназначения и смысла организации

12. В теории К.Альдерфера в процесс движения по уровням иерархии потребностей вводится элемент, отражающий:

а) процесс роста

б) процесс существования

в) процесс эскалации

г) процесс фрустрации

13. Группировка работников в соответствии с таким принципом, как численность свойственна:

а) линейной департаментализации

б) функциональной департаментализации

- в) департаментализации по потребителю
- г) числовой департаментализации

14. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия ее сотрудников на выполнение задач – это:

- а) департаментализация
- б) полномочия
- в) диапазон контроля
- г) централизация

15. Развитие бюрократии происходит на стадии _____ жизненного цикла организации:

- а) зрелости
- б) зарождения
- в) роста
- г) старения

16. Организационная структура, которая является сочетанием линейной и функциональной департаментализации:

- а) дивизиональная
- б) сетевая
- в) многомерная
- г) матричная
- д) традиционная

17. Степень, в которой выполнение задач организацией требует их подразделения на отдельные работы, отражает:

- а) департаментализацию
- б) децентрализацию
- в) специализацию
- г) концентрацию

18. Цель какого характера называется миссией организации:

- а) глобальная цель, отражающая основные направления деятельности организации и ее отличия от других подобных организаций
- б) цель, связанная с основными мероприятиями по реализации конкретной стратегии
- в) цель, определяющая особенности текущей деятельности
- г) долгосрочная цель, характеризующая одно из направлений развития организации

19. Цель какого характера называется стратегической:

- а) цель, определяющая особенности текущей деятельности
- б) глобальная цель, отражающая основные направления деятельности организации и ее отличия от других подобных организаций

- в) долгосрочная цель, характеризующая одно из направлений развития организации
- г) цель, определяющая основные мероприятия по реализации конкретной стратегии

20. Цель, какого характера называется тактической:

- а) цель, определяющая основные мероприятия по реализации конкретной стратегии
- б) долгосрочная цель, характеризующая одно из направлений развития организации
- в) глобальная цель, отражающая основные направления деятельности организации и ее отличия от других подобных организаций
- г) цель, определяющая направление текущей деятельности

21. Цель какого характера называется оперативной:

- а) долгосрочная цель, характеризующая одно из направлений развития организации
- б) глобальная цель, отражающая основные направления деятельности организации и ее отличия от других подобных организаций
- в) цель, определяющая основные мероприятия по реализации конкретной стратегии
- г) цель, определяющая направление текущей деятельности

22. Факторы внешней среды организации подразделяются на:

- а) внешние и внутренние
- б) входящие и исходящие
- г) прямые и косвенные
- д) постоянные и переменные

23. Элементом внутренней среды организации являются:

- а) потребители
- б) поставщики
- в) политические факторы
- г) цели
- е) конкуренты
- ж) структура
- з) социокультурные факторы

24. Коммуникации между менеджером и подчиненными относят к:

- а) вертикальным коммуникациям
- б) горизонтальным коммуникациям
- г) вертикальным и горизонтальным коммуникациям

25. Какая(ие) из характеристик органического типа организаций лишняя(ие):

- а) узкая специализация в работе;
- б) четкие права и ответственность;
- в) работа без правил;
- г) неясность в уровнях управления;
- д) субъективная система вознаграждения.

26. Характерной особенностью теории мотивации А.Маслоу является следующее положение:

- а) потребности могут быть представлены в виде пятиступенчатой иерархии
- б) заработная плата не является мотивирующим фактором
- в) признание возможности процесса фрустрации
- г) социальные потребности удовлетворяются после удовлетворения потребностей в безопасности

27. Характерной особенностью теории мотивации К.Альдерфера является следующее положение:

- а) заработная плата не является мотивирующим фактором
- б) признание возможности процесса фрустрации (поражения в удовлетворении потребности)
- в) наличие пятиступенчатой иерархии потребностей

28. Характерной особенностью теории мотивации Ф.Герцберга является следующее положение:

- а) заработная плата может не является мотивирующим фактором
- б) признание возможности процесса фрустрации
- в) наличие пятиступенчатой иерархии потребностей
- г) гигиенические факторы на мотивацию не влияют

29. Дивизиональная структура не может специализироваться:

- а) по продукту;
- б) по потребителю;
- в) по отраслевому признаку;
- г) по географическому региону.

30. Какие две группы факторов выделяются в теории мотивации Герцберга?

- а) внешние и внутренние
- б) мотивационные и гигиенические
- в) мотивирующие и стимулирующие
- г) первичные и вторичные

31. Власть, базирующаяся на личных характеристиках лидера, называется:

- а) законной
- б) эталонной
- в) экспертной

г) традиционной

32. Власть, базирующаяся на вере исполнителя в то, что оказывающий влияние имеет соответствующий опыт и знания, называется:

- а) законной
- б) эталонной
- в) экспертной
- г) харизматической

33. Для бюрократического контроля характерно:

- а) использование правил
- б) минимальные указания и стандарты
- г) формирование приверженности организационным целям

34. Для децентрализованного контроля характерно:

- а) использование правил
- б) минимальные указания и стандарты
- в) официальные механизмы воздействия на поведение сотрудников организации
- д) жесткая иерархия власти

35. Что характеризует ситуационный подход к управлению:

- а) взгляд на организацию как на процесс, состоящий из взаимосвязанных функций
- б) взгляд на организацию как на целое, свойства которого отличны от суммы свойств составляющих его частей
- в) подход к принятию управленческих решений в зависимости от изменяющихся условий внешней и внутренней среды

36. Плоские организационные структуры характеризуются:

- а) большой значимостью специализации
- б) большим количеством уровней управления
- в) большим количеством подчиненных у руководителей
- г) малым количеством уровней управления

37. Высокая степень централизации организации характеризуется следующей чертой:

- а) строгий и постоянный контроль за работой подчиненных;
- б) широкий круг решений принимается на нижестоящих уровнях управления;
- в) высокую значимость имеют решения, принимаемые на нижестоящих уровнях управления.
- г) большинство решений принимается на высоких уровнях управления

38. Продуктовая департаментализация способствует:

- а) развитию децентрализации, инициативы и автономии

- б) повышению сплоченности между продуктовыми подразделениями
- в) сосредоточению высшего уровня управления на текущих проблемах предприятия

39. Взаимозависимость работ, при которой от отдельного работника не требуется взаимодействия с другими работниками:

- а) групповая
- б) связанная
- в) складывающаяся
- г) последовательная

40. SWOT-анализ предполагает:

- а) на основе выявления сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, описывающих внутреннюю среду организации, формулировать стратегию организации
- б) на основе выявления сильных и слабых сторон внутренней среды организации, а также возможностей и угроз внешней среды, определять миссию организации
- в) на основе описания внешней среды организации формулировать стратегию организации
- г) на основе выявления сильных и слабых сторон внутренней среды организации, а также возможностей и угроз внешней среды, формулировать стратегию организации

41. Тип организации, основанный на продуктовой департаментализации:

- а) матричный
- б) традиционный
- в) дивизиональный
- г) эдхократический

42. Степень самостоятельности в принятии решений и владении процессом характеризует следующий параметр работы:

- а) масштаб
- б) сложность
- в) отношения
- г) инициативность

43. Стадия процесса управления, которая предполагает определение целей деятельности фирмы, средств и способов их достижения, называется:

- а) планированием
- б) финансированием
- в) мотивированием
- г) организовыванием

44. Организационная структура, использующая участие работников в управлении:

- а) матричная
- б) эдхократическая
- в) партисипативная
- г) предпринимательская

45. Преимуществом функционального типа департаментализации является:

- а) укрепление вертикальных связей и коммуникаций
- б) хорошо развитые горизонтальные связи в организации
- в) более быстрое обучение персонала
- г) улучшение качества решений за счет группового взаимодействия

46. Цепь команд – это:

- а) принцип распределения полномочий
- б) последовательность выполнения работ
- в) процесс передачи полномочий другому лицу
- г) процесс создания стандарта выполнения задачи

47. Процессом группировки работ и их исполнителей в соответствии с каким-либо логическим принципом называется:

- а) специализация
- б) децентрализация
- в) департаментализация
- г) проектирование работ

48. Третья управленческая революция связана с:

- а) зарождением письменности
- б) появлением научных основ управления
- в) появлением менеджеров-профессионалов
- г) отделением собственности от управления
- д) нововведениями в процессе производства и строительства

49. К принципам Ф.У. Тейлора относятся:

- а) вклад и ответственность
- б) научная организация труда
- в) соответствие работ и их исполнителей
- г) соответствие уровня управления и диапазона управления
- д) разделение ответственности между работниками и менеджерами

50. Автор-разработчик идеального типа бюрократического управления:

- а) Р. Оуэн
- б) М. Вебер
- в) А. Файоль
- г) Ч. Баббидж

- д) С. Джевонс
- е) Ф. У. Тейлор
- ж) М. П. Фоллет

51. Идеальному типу бюрократического управления соответствуют:

- а) доскональные письменные инструкции и письма
- б) разделение труда на базе функциональной специализации
- в) поощрение инициативы работников и их творческого самовыражения
- г) жесткая иерархия управления

52. Какие потребности из теории А. Маслоу соответствуют факторам-мотиваторам из концепции Ф. Герцберга:

- а) физиологические и социальные
- б) социальные и престижно-статусные потребности
- в) потребности в безопасности и престижно-статусные
- г) потребности в самовыражении и престижно-статусные

53. Возникновение количественного направления в менеджменте явилось следствием:

- а) освоения космоса
- б) роста нестабильности внешней среды предприятий
- в) необходимости повышения эффективности военных действий
- г) анализа усложняющихся производственных процессов на предприятии

54. Укажите, какой из перечисленных школ управления соответствует следующее представление о человеке: «человек – автомат по выполнению определенных функций в строго определенной последовательности»:

- а) количественная школа
- б) школа человеческих отношений
- в) школа научного управления
- г) школа автоматизма

55. Что характеризует системный подход к управлению:

- а) взгляд на организацию как на процесс, состоящий из взаимосвязанных функций
- б) взгляд на организацию как на целое, свойства которого отличны от суммы свойств составляющих его частей
- в) подход к принятию управленческих решений в зависимости от изменяющихся условий внешней и внутренней среды

56. Кто является автором теорий X и Y:

- а) Э. Мэйо
- б) Ф. Тейлор
- в) А. Маслоу
- г) Д. Макгрегор

- д) М.П. Фоллет
- е) Ф. Герцберг

57. Выводом какой школы менеджмента, является положение: «основополагающую роль играет контроль и организация»:

- а) наука управления
- б) исследование операций
- в) бихейвиористическая школа
- г) школа научного менеджмента
- д) школа человеческих отношений

58. Рестрикционизм – это:

- а) «работа с прохладцей»
- б) функция менеджмента
- в) принцип научного менеджмента
- г) способ группирования работ и их исполнителей

59. Вера в моральный потенциал человека заложена Д. Макгрегором в теорию:

- а) X
- б) Y
- в) Z

60. Что нового внес Г. Гант в теорию и практику управления?

- а) параболический график
- б) экспоненциальную зависимость между оплатой труда и производительностью труда
- в) линейный график выполнения работ
- г) минимальный уровень оплаты труда

61. Что характеризует ситуационный подход к управлению:

- а) взгляд на организацию как на процесс, состоящий из взаимосвязанных функций
- б) взгляд на организацию как на целое, свойства которого отличны от суммы свойств составляющих его частей
- в) подход к принятию управленческих решений в зависимости от изменяющихся условий внешней и внутренней среды

62. Ф. Тейлор является автором следующего труда:

- а) «Экономика и общество»
- б) «14 принципов управления»
- в) «Принципы научного менеджмента»
- г) «12 принципов производительности»

63. Соотношение понятиями «менеджмент» и «управление»:

- а) между ними нет различий;
- б) понятие менеджмент более широкое, чем управление;
- в) понятие управление более широкое, чем менеджмент.

64. Расставить по порядку этапы принятия управленческих решений

Этапы	Номер этапа
1. Определение критериев	
2. Выбор альтернативы	
3. Оценка альтернатив	
4. Формулировка проблемы	
5. Разработка альтернатив	

65. Какой тип маркетинга будет иметь место, если спрос на товар чрезмерный?

- а) Конверсионный
- б) Стимулирующий
- в) Ремаркетинг
- г) Противодействующий
- д) Демаркетинг

66. Комплексная программа мероприятий по продвижению товаров и услуг от продавца до конечного потребителя, выступает как инструмент оптимального размещения ресурсов в системе планирования маркетинга и менеджмента – это...

- а) маркетинг
- б) процесс маркетинга
- в) маркетинг микс
- г) концепция маркетинга

67. Какой из инструментов маркетингового комплекса связан с понятиями реклама, стимулирование сбыта, личная продажа?

- а) товар (товарная политика)
- б) цена (договорная политика)
- в) сбыт (распределительная политика)
- г) продвижение (коммуникативная политика)
- д) отдел маркетинга (маркетинговая политика)
- е) производство (политика производства)

68. Стратегия (вид маркетинга), применяемая на рынках, где отличия между потребителями незначительны, не предусматривает деления рынка на сегменты, один и тот же товар или услуга предлагается для каждого покупателя:

- а) невзаимосвязанный маркетинг
- б) взаимосвязанный маркетинг

- в) комплексный маркетинг
- г) концентрированный маркетинг
- д) деятельный маркетинг
- е) недифференцированный маркетинг
- ж) дифференцированный маркетинг

69. Тип маркетинга, предполагающий увеличение цены, сокращение рекламы:

- а) противодействующий
- б) конверсионный
- в) демаркетинг
- г) синхромаркетинг
- д) ремаркетинг

70. Какой из инструментов маркетингового комплекса связан с понятиями маркетинг-логистика, политика торговли, политика поставок?

- а) товар (товарная политика)
- б) цена (договорная политика)
- в) сбыт (распределительная политика)
- г) продвижение (коммуникативная политика)
- д) отдел маркетинга (маркетинговая политика)
- е) производство (политика производства)

71. Какой из стадий ЖЦТ присущи следующие характеристики: растущая конкуренция, активное продвижение товара, устойчивый рост объемов продаж, устойчивый рост прибыли?

- а) внедрение
- б) рост
- в) зрелость
- г) разработка
- д) упадок

72. Какой из стадий ЖЦТ присущи следующие характеристики: снижение объемов продаж и прибыли, сокращение ассортимента, сокращение затрат на маркетинг и рекламу?

- а) рост
- б) разработка
- в) упадок
- г) внедрение
- д) зрелость

73. Одна из функций в системе маркетинговой деятельности, связанная с осуществлением работы по классификации покупателей или потребителей товаров, находящихся на рынке или выводимых на него – это...

- а) позиционирование

- б) маркетинг-микс
- в) сегментация рынка
- г) выбор целевого сегмента рынка
- д) разработка стратегии маркетинга

74. Стратегия деятельности на рынке (вид маркетинга), при которой организация решает действовать на нескольких сегментах рынка со специально разработанными продуктами для каждого из них – это ...:

- а) невзаимосвязанный маркетинг
- б) взаимосвязанный маркетинг
- в) комплексный маркетинг
- г) концентрированный маркетинг
- д) деятельный маркетинг
- е) недифференцированный маркетинг
- ж) дифференцированный маркетинг

75. Действия по обеспеченности товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга – это...

- а) позиционирование
- б) маркетинг-микс
- в) сегментация рынка
- г) выбор целевого сегмента рынка
- д) разработка плана маркетинга

76. Совокупность, группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же предлагаемый продукт или комплекс маркетинга – это...

- а) покупатели
- б) партнеры
- в) сегмент рынка
- г) рынок

77. Любая оплачиваемая конкретным заказчиком форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, призванная создавать благоприятное впечатление – это...

- а) рекламные технологии
- б) маркетинговые технологии
- в) реклама
- г) маркетинговые коммуникации
- д) коммуникации
- е) маркетинг

78. Деятельность по установлению отношений с общественностью, направленная на создание позитивного корпоративного имиджа и создание атмосферы понимания и взаимного доверия между фирмой и разными аудиториями – это...

- а) реклама

- б) промоушн
- в) стимулирование сбыта
- г) PR
- д) личная продажа
- е) маркетинг

79. Разнообразные, преимущественно краткосрочные, побудительные средства, призванные стимулировать немедленное совершение покупки и ускоренный сбыт продукции – это...

- а) прямой маркетинг
- б) личная продажа
- в) реклама
- г) стимулирование сбыта
- д) связи с общественностью
- е) сэмплинг

80. Элемент комплекса маркетинговых коммуникаций, включающий в себя прямую почтовую рассылку, торговлю по каталогам, участие в выставках, телемаркетинг – это...

- а) прямой маркетинг
- б) личная продажа
- в) реклама
- г) стимулирование сбыта
- д) связи с общественностью
- е) сэмплинг

81. Элемент комплекса маркетинговых коммуникаций, предполагающий вербальный диалог с потенциальными и существующими покупателями для передачи индивидуальных сообщений – это...

- а) прямой маркетинг
- б) личная продажа
- в) реклама
- г) стимулирование сбыта
- д) связи с общественностью
- е) сэмплинг

82. Все виды сигналов и сообщений, разработанных фирмой для различной аудитории: потребителей, торговых посредников, поставщиков, акционеров, органов власти, собственного персонала – это...

- а) рекламные технологии
- б) маркетинговые технологии
- в) реклама
- г) маркетинговые коммуникации
- д) коммуникации
- е) маркетинг

83. Информация, получаемая в ходе познания, исследования процесса и обмена результатами общественно-полезной деятельности и взаимодействия по поводу такого обмена всех субъектов рыночной системы, используемая во всех сферах предпринимательства, включая маркетинговую деятельность – это...

- а) рыночная информация
- б) маркетинговая информация
- в) маркетинговая информационная система
- г) информационная система

84. Первичная информация – это ...:

- А) информация, полученная в ходе проектного маркетингового исследования
- Б) информация, которая оказалась доступной исследователю первой
- В) информация, полученная в результате функционирования маркетинговой информационной системы
- Г) информация, собранная ранее для других целей и подвергнутая первичному анализу

85. Какое преимущество имеет вторичная информация по сравнению с первичной?

- А) актуальная
- Б) непротиворечивая
- В) относительно недорогая

86. Вторичная информация – это...

- А) информация, полученная ранее для целей, отличных от целей данного исследования
- Б) информация, получать которую необязательно
- В) информация, полученная исключительно из неофициальных источников

87. Система, включающая сведения, собираемые из внутренних источников компании, предназначенные для оценки эффективности маркетинговой деятельности, а также для выявления проблем и возможностей маркетинга – это...

- А) маркетинговая информационная система
- Б) маркетинговая разведка
- В) маркетинговое исследование
- Г) система внутренней отчетности
- Д) система поддержки маркетинговых решений

88. Что понимается под маркетинговой информационной системой?

- А) система маркетинга
- Б) комплекс маркетинга

- В) система, в которой осуществляется сбор, хранение, анализ и предоставление менеджерам маркетинговой информации
- Г) система, в которой осуществляется сбор, хранение, анализ и предоставление менеджерам информации для подготовки и принятия управленческих решений
- Д) совокупность информации о маркетинговой среде, внутренней и внешней среде предприятия

89. Маркетинговая информация – это... (выберите один правильный ответ)

- А) информация о внешней среде
- Б) информация о маркетинговой деятельности фирмы
- В) информация о рынке
- Г) информация, которой владеют маркетологи
- Д) информация о маркетинговой среде

90. Метод маркетингового исследования, основанный на использовании знаний и интуиции специалистов, предполагает сбор их мнений об объекте исследования – это...

- а) кабинетное исследование
- б) полевое исследование
- в) моделирование
- г) экспертное исследование

91. Процедура сбора и оценки сведений непосредственно об объекте исследования, регистрируемых в момент их возникновения – это...

- а) кабинетное исследование
- б) полевое исследование
- в) моделирование
- г) экспертное исследование

92. Метод сбора первичной информации путем выяснения субъективных мнений, предпочтений, установок людей в отношении какого-либо объекта – это...

- А) опрос
- Б) изучение информационных изданий
- В) наблюдение
- Г) эксперимент

93. Метод маркетингового исследования, предполагающий опрос людей хорошо разбирающихся в предмете исследования – это...

- А) экспертный опрос
- Б) наблюдение
- В) моделирование
- Г) эксперимент
- Д) фокус-группа

Е) глубинное интервью

94. Определите тип шкалы измерения:

Ваш пол:

А) муж б) жен

- А) номинальная
- Б) порядковая
- В) интервальная
- Г) относительная

95. Установить соответствие

Автор теории (модели)

Положение теории (модели)

1.Ф. Герцберг

а) Потребности человека могут быть представлены в виде пятиступенчатой пирамиды

2.К.Альдерфер

б) гигиенические факторы не мотивируют работников

3. А.Маслоу

в) Потребности человека могут быть представлены в виде трехступенчатой пирамиды

4.В.Врум

г) На удовлетворенность работника влияет десять факторов

д) На мотивацию работника влияет ожидание валентности вознаграждения.

96. Что включает в себя система управления персоналом?

- а) подразделения, реализующие отдельные функции управления персоналом (функциональные подразделения);
- б) функциональные подразделения и их руководителей;
- в) функциональные подразделения по УП, их руководителей, а также руководителей других подразделений (линейных и функциональных).

97. Какова основная задача службы управления персоналом?

- А) непосредственное управление персоналом
- б) информирование, наем и отбор
- в) создание условий для эффективного управления персоналом менеджерами всех уровней

98. Какая из формулировок соответствует принципам построения кадровых служб?

- а) функции управления персоналом обусловлены целями и потребностями производства

б) функции управления персоналом первичны по отношению к целям и потребностям организации

99. К каким методам управления персоналом относится разработка положений об отделах, должностных инструкций?

- а) к административным;
- б) к социально-психологическим;
- в) к экономическим.

100. Принципиальная задача менеджера по персоналу:

- а) удовлетворение потребностей персонала
- б) удовлетворение требований руководства
- в) соблюдение баланса между требованиями менеджмента и пожеланиями коллектива

Программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС 3+) направления 38.04.02 Менеджмент

Составители:

Доцент, канд. экон. наук Баева О.Н.

Доцент, канд. экон. наук Казарина Л.А.

Доцент, канд. экон. наук Рубцова Н.В.

Доцент, канд. экон. наук Рыженков А. Г.

Доцент, канд. экон. наук Хлебович Д.И.