

ФГОУ ВО «Воронежский государственный технический
университет»

Кафедра экономики и управления на предприятии
машиностроения

109-18

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
и выполнению контрольной работы для студентов, обучающихся по
направлению 15.04.01 «Машиностроение», все магистерские обра-
зовательные программы, заочной формы обучения

Воронеж 2018

Составители д-р. экон. наук И.В. Каблашова, канд. экон. наук, доцент И.В. Логунова

УДК 621.338 (075)

Методические указания по изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг» и выполнению контрольной работы для студентов, обучающихся по направлению 15.04.01 «Машиностроение», все магистерские образовательные программы, заочной формы обучения. Воронеж, 2018. 34 с.

Методические указания включают рекомендации по изучению тем дисциплины и выполнению контрольной работы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», содержат варианты выполнения контрольной работы и перечень рекомендуемой основной, вспомогательной и методической литературы для освоения основных разделов дисциплины.

Методические указания подготовлены на магнитном носителе в текстовом редакторе Microsoft Word, файл МУ2018 КР.doc.

Рекомендуемая литература: 15 назв.

Рецензент: к.э.н., доц. Рыбкина О.В.

© ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный технический
университет», 2018

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания предназначены для студентов магистратуры, обучающихся по направлению 15.04.01 «Машиностроение», все магистерские программы всех форм обучения и включают рекомендации по изучению дисциплины, выполнению контрольной работы и самостоятельной работы.

Задания, представленные в методических указаниях, направлены на развитие профессиональных компетенций в области менеджмента и маркетинга, в т.ч. на умение работать с информацией, анализировать ее и формулировать собственное представление о той или иной проблеме и вариантах ее решения, обоснования наиболее подходящего способа ее решения.

Методические указания включают несколько разделов. В первом разделе изложены основные темы, изучаемые в рамках дисциплины. Второй раздел содержит варианты практических заданий с подробным описанием процесса выполнения. Третий раздел описывает задания для самостоятельной работы студентов магистратуры. В четвертом разделе содержатся тестовые задания, направленные на самопроверку и подготовку к итоговой проверке знаний.

Методические указания построены таким образом, чтобы помочь студенту магистратуры освоить отдельные разделы дисциплины и получить навыки по обоснованию эффективности конструкторско-технологических решений магистерской диссертации. Задания по самостоятельной работе ориентированы на развитие творческих способностей студентов магистратуры и навыков выработки управленческих и конструкторско-технологических решений, что является необходимым условием для формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

ОК-2 (готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения)

Профессиональные компетенции:

ОПК-5 (способностью организовывать работу коллективов исполнителей, принимать исполнительские решения в условиях спектра мнений, определять порядок выполнения работ, организо-

вывать в подразделении работы по совершенствованию, модернизации, унификации выпускаемых изделий, и их элементов, по разработке проектов стандартов и сертификатов, обеспечивать адаптацию современных версий систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов);

ОПК-8 (способностью проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения);

ОПК-9 (способностью обеспечивать управление программами освоения новой продукции и технологий, проводить оценку производственных и непроизводственных затрат на обеспечение требуемого качества продукции, анализировать результаты деятельности производственных подразделений).

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- современные подходы к раскрытию сущности и содержания менеджмента (ОК-2);
- проблемы и пути их решения в сфере реализации системы маркетинга (ОПК-8);
- тенденции развития методов и форм принятия управленческих решений (ОПК-5);
- методы оценки затрат на обеспечение качества продукции (ОПК-9).

Уметь:

- идентифицировать социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- организовывать работу коллективов исполнителей и принимать управленческие решения (ОПК-5);
- проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы (ОПК-8);
- проводить оценку затрат на обеспечение требуемого качества продукции (ОПК-9).

Владеть:

- навыками анализа проблемных ситуаций в управлении предприятиями (ОК-2);
- методами организации работы подразделений по совершенствованию и модернизации продукции (ОПК-5);

- методами выработки управленческих решений по реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения (ОПК-8);

- методами управления качеством новой продукции и технологий (ОПК-9).

Настоящие методические указания разработаны в соответствии с программой дисциплины, определяют цели, темы практических занятий, задания по самостоятельной работе и тестовые задания для самопроверки полученных знаний.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Сравнительная характеристика основных концепций и теорий менеджмента и маркетинга

Сущность менеджмента и маркетинга. Принципы менеджмента и маркетинга. Развитие системного и процессного подходов к менеджменту и маркетингу. Содержание маркетингового управления предприятием. Принципы, методы и функции менеджмента и маркетинга, их применение в практике предприятия. Маркетинг в системе партнерских отношений и управления опытом клиентов.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Развитие методов и процессов менеджмента.
2. Место и роль процессов маркетинга в системе менеджмента предприятия.
3. Методы управления трудовым коллективом.
4. Технология принятия управленческих решений с учетом требований к обеспечению качества продукции.
5. Адаптация современных методов менеджмента с учетом современных положений международных стандартов по качеству.
6. Применение современных методов маркетинга в практике управления предприятием.
7. Виды и содержание основных функций маркетинга.
8. Использование информации маркетинговых исследований при разработке стратегии менеджмента.

Тема 2. Трансформация современных подходов к менеджменту и маркетингу.

Содержание современных подходов к менеджменту и маркетингу. Формирование стратегий менеджмента в условиях нестабильности внешней среды. Методы проведения маркетинговых исследований. Разработка бизнес-планов выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения. Разработка стратегии маркетинга с учетом специфики деятельности предприятия.

Вопросы для самостоятельного изучения.

1. Адаптация целей менеджмента к изменениям во внешней среде.
2. Обеспечение устойчивого развития предприятия с учетом процессного подхода к менеджменту качества.
3. Содержание маркетинговой деятельности предприятия.

4. Структура, цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
5. Виды и функции маркетингового контроля.
6. Разработка маркетингового плана с учетом сбалансированного удовлетворения требований всех заинтересованных сторон.
7. Сущность маркетингового подхода к управлению предприятием.
8. Направления развития менеджмента с учетом результатов маркетинговых исследований.

Тема 3. Совершенствование менеджмента предприятия на основе маркетингового подхода

Содержание маркетингового подхода к менеджменту. Особенности реализации функции менеджмента и маркетинга в современных условиях. Эволюция понятия лидерства и качества. Технология принятия управленческих решений с учетом результатов проведения маркетинговых исследований требований к обеспечению качества продукции. Основы идентификации ответственности за качество решений менеджеров различных уровней управления. Эффективность интернет-маркетинга товаров, предприятий. Принципы концепции маркетингового подхода к менеджменту.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Основы управления качеством процессов с учетом специфики деятельности предприятия.
2. Методы сегментации рынка с учетом требований к качеству новой продукции и технологий производства.
3. Маркетинг в управлении знаниями.
4. Маркетинг и аудсорсинг.
5. Маркетинг инноваций.
6. Условия и факторы эффективности применения маркетинговых методов.
7. Современные технологии и инструменты управления организациями, кластерами, концернами.
8. Применение принципов маркетингового подхода в практике менеджмента предприятия.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

2.1 Общие положения

Контрольная работа выполняется магистром на основе самостоятельного изучения литературы по дисциплине и результатов анализа практического состояния отдельных аспектов менеджмента и маркетинга на примере конкретных предприятий. В качестве примера может выступать предприятие, на котором работает магистр, или предприятие, информация о деятельности которого приведена в периодической печати или сети Интернет.

Контрольная работа выполняется по вариантам. Задание на контрольную работу по своему варианту магистр получает индивидуально у преподавателя на плановых консультациях, при этом заполняется лист задания на контрольную работу и отмечается степень готовности работы.

При выполнении контрольной работы магистр должен придерживаться следующей структуры:

1. титульный лист
2. лист задания на контрольную работу
3. лист замечаний
4. содержание
5. подготовка ответов на вопросы теоретического задания (пункт 2.2 методических указаний)
6. выполнение практических заданий (пункт 2.3 методических указаний)
7. выполнение индивидуальных заданий (пункт 2.4 методических указаний)
8. список литературы
9. приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей контрольной работы. Образец его оформления приведен в приложении А. Второй страницей контрольной работы является лист задания, оформление которого представлено в приложении Б. Лист замечаний рецензента представляет собой дополнительный лист, предназначенный для замечаний руководителя в процессе проверки контрольной работы.

В содержании указываются все заголовки работы с номерами страниц, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте контрольной работы.

Основными разделами контрольной работы является подготовка теоретических и практических заданий, а также заданий по индивидуальной работе магистра. Методические указания по выполнению указанных разделов приведены ниже.

Список литературы должен содержать только те источники, которые действительно были использованы в процессе выполнения контрольной работы. Список литературы должен содержать минимум десять источников последних трех-пяти лет, включая периодическую печать и сайты Интернет.

Приложения приводятся при необходимости и содержат дополнительные и вспомогательные материалы, иллюстрирующие текст основной части работы. Это могут быть схемы, рисунки, таблицы, которые не нашли отражения в основной части работы.

Объем контрольной работы должен быть не менее 25 страниц, включать все указанные разделы. Магистры, не сдавшие контрольную работу до начала сессии, к зачету не допускаются.

2.2 Рекомендации по выполнению теоретического задания

При выполнении теоретических заданий магистр должен стремиться к наиболее полному изложению материала, используя при этом несколько источников рекомендуемой литературы. Обязательным является приведение разных точек зрения на рассматриваемую проблему, т.е. необходимо представить мнения трех-четырех специалистов по теоретическим вопросам. При этом необходимо обращать внимание на ключевые моменты того или иного вопроса, стараться раскрыть содержание наиболее полно.

При подготовке теоретических заданий также следует обратить внимание на то, к какой теме относится тот или иной вопрос для того, чтобы, опираясь на методические указания по изучению курса, определить место вопроса в структуре дисциплины, тему, к которой он относится, и воспользоваться предложенной литературой. Выполнение теоретических заданий обязательно должно содержать ссылки на использованную литературу, при этом должны быть указаны только те источники, которые действительно изучались при написании работы. При выполнении теоретических заданий обязательно следует указывать тему дисциплины.

Задание 1. Подготовить краткий конспект по одному вопросу из каждой темы дисциплины.

Внимание! Вопросы теоретического задания выбираются самостоятельно, повтор вопросов не допускается.

2.3 Рекомендации по выполнению практического задания

Выполнение заданий практического характера направлено на приобретение студентами управленческих навыков, необходимых менеджеру в современных условиях деятельности предприятия.

Ситуация представляет собой объективное описание реальной проблемы, положения из практики управления предприятием. Ситуация может включать информацию описательного характера и конкретные данные экономического и производственного характера.

Для анализа ситуации необходимо придерживаться следующих рекомендаций: внимательно прочитать ситуацию с целью ознакомления; целенаправленно изучить ситуацию для определения ключевых моментов или проблемы; сформулировать проблему; определить возможные варианты решения и обосновать наиболее подходящий, с точки зрения студента, вариант ее решения.

Задание 2. Провести анализ ситуаций в соответствии с нижеприведенными рекомендациями.

Вниманию! Вариант практического задания выбирается самостоятельно, повтор варианта не допускается.

Варианты практического задания

Вариант 1

Ситуация 1

Вам предложено заполнить анкету, посвященную преимуществам самоменеджмента (селфменеджмента). Какие из этих преимуществ наиболее важные и какие в наибольшей степени оказывают влияние на формирование жизненной цели менеджера? Что Вы запишете в качестве определения в графу «Организованность»? Свой ответ аргументируйте.

Ситуация 2

Новый работник Вашего отдела постоянно говорит о том, что он выполняет задание, порученное ему намного лучше и быстрее своего коллеги, с которым совместно работает. Но на деле оказывается, что это не так. Вы приглашаете его на беседу и говорите: «...».

Ситуация 3

В сложившийся коллектив со своими традициями приходит новый руководитель. какими образом он должен вести свою работу и разрешать возникающие конфликты:

1 Вести работу, не обращая внимания на споры, конфликты, воздействуя, таким образом, положительно на подчиненных.

2 Попытаться разубедить, привлечь на свою сторону тех, кто выступает против или не соглашается с нововведениями, хочет работать по – старому.

3 Опираясь на актив, общественные и административные организации, поручит им разрешать возникающие споры, разногласия, конфликты?

Вариант 2

Ситуация 1

В новом коллективе Вы столкнулись с такой ситуацией: Ваш подчиненный, подчеркивая свою исключительность, игнорирует Ваши указания и все делает по- своему. Каковы Ваши действия?

Ситуация 2

В новой организации вы приступили к работе в качестве начальника отдела, однако Ваши подчиненные ожидали на этом месте увидеть другого человека и Ваше назначение восприняли негативно. Обстановка в отделе накалена: когда Вы заходите в комнату, все сразу умолкает, Ваши поручения выполняются с неохотой. Что Вы предпримите?

Ситуация 3

Вы заняты выполнением важного и срочного дела. В это время Вам звонят по телефону и просят консультацию по вопросу, который находится в компетенции Вашего заместителя. Ваши действия?

Вариант 3

Ситуация 1

Вы чувствуете, что намеченные на день дела Вы не успеваете сделать вовремя. Помимо того, что уже выполнено, еще нужно провести совещание с руководителями подразделений, заказать билеты на самолет для предстоящей командировки, сделать заказ на поставку товаров и встретиться с рабочими по поводу внедрения в производство новой технологии. Как Вы поступите в данной ситуации? Выбранный вариант ответа обоснуйте.

1 Постараетесь быстро все сделать сами?

2 Перепоручите некоторые дела секретарю или помощнику?

3 Перенесете несделанное на другие дни?

Ситуация 2

Наблюдая за работой своего подчиненного, Вы видите, что он не умеет планировать время, отводимое на выполнение поручений, в

результате чего происходят срывы в работе. Что следует предпринять в данной ситуации?

Ситуация 3

Вы поручаете важное задание компетентному, по вашему мнению, сотруднику. Но вдруг Вы узнаете о человеке, который более компетентен в этом вопросе и может выполнить данное задание намного лучше. Как Вы поступите в данной ситуации?

Вариант 4

Ситуация 1

Вы неожиданно узнаете, что сотрудник, которому вы поручили разработку важного проекта, по этому же вопросу параллельно работает в другой фирме. Какое решение Вы примите в данной ситуации?

Ситуация 2

Существует важное дело, которое требует безотлагательного решения. Как Вы поступите в данной ситуации:

1 Найдете сотрудника, для которого это дело имеет наибольшее значение, и назначите его ответственным за это исполнение.

2 Поручите выполнение менее загруженному сотруднику?

Ситуация 3

Вы отдали распоряжение, касающееся решения проблемы. Ваш подчиненный не выполнил этого распоряжения, но решил проблему, используя другие средства. Вы понимаете, что его решение лучше Вашего. Как следует поступить в данной ситуации?

Вариант 5

Ситуация 1

Вы руководитель организации. Понедельник – начало рабочей недели, начало рабочего дня. Вы заходите в кабинет, просите секретаря принести чашку кофе и занимаете свое рабочее место, осматриваете свой кабинет и с тяжестью во взгляде смотрите на свой рабочий стол: груды бумаг различного назначения находятся в абсолютном беспорядке. На 10.00 у Вас назначено совещание с руководителями отделов, но в таком хаосе Вы не можете найти нужные для проведения совещания документы. Как Вы справитесь с данной ситуацией?

Ситуация 2

Рассматривая почту, руководитель обнаруживает документ, с которым необходимо ознакомиться детальнее. Но времени сейчас

нет, и он оставляет документ у себя в надежде внимательно прочесть его в субботу дома. Верно ли он поступает?

Ситуация 3

Вы в течение рабочей недели неоднократно пытались дозвониться до директора одной фирмы, но его не было на месте, а его секретарь, очевидно, неаккуратно информировала его о поступающих звонках. Как Вы построите беседу с ней в следующий раз?

Вариант 6

Ситуация 1

Ваша фирма миновала все экономические кризисы и ее финансовое положение - отличное. Но Вы заметили, что прежний энтузиазм и рвение подчиненных угасли, а впереди – международная выставка, и вам как никогда нужна сплоченная профессиональная команда. Какими способами Вы поднимите упавший дух команды?

Ситуация 2

Вы поздно закончили накануне работу, устали и не подготовили, как обычно, план выступления. До начала выступления осталось около 10 минут. Вы неплохо знаете тему, но боитесь того, что на качестве выступления может сказаться усталость. Как Вы поступите?

Ситуация 3

Вы ведете переговоры, Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его. Как Вы это сделаете?

Вариант 7

Ситуация 1

Ваша сотрудница – секретарь часто делает ошибки при оформлении деловых бумаг. Вы приняли на работу ее недавно, но увольнять ее Вам бы не хотелось – в основном свою работу она выполняет хорошо. Может быть, ей не хватает опыта? Ваши действия?

Ситуация 2

У вас напряженный рабочий день, Вы много сделали, но еще больше предстоит сделать. Вы выделили немного времени для отдыха, но пришел Ваш подчиненный, которому срочно нужна Ваша помощь в решении проблем личного характера. Как Вы поступите в данной ситуации?

Ситуация 3

Представьте себе, что Вам необходимо решить, какого из сотрудников назначить ответственным за выполнение конкретной задачи. Какие факторы Вы будете учитывать, принимая это решение?

Вариант 8

Ситуация 1

Приняв на работу менеджера, Вы надеялись на более эффективную работу, но в результате разочарованы, так как он не соответствует одному из важнейших качеств менеджера - самодисциплине. Он не обязателен, не собран, не умеет отказывать. Но, тем не менее, он отличный профессионал в своей деятельности. Как Вы разрешите данную ситуацию?

Ситуация 2

Вы – новый молодой руководитель одного из подразделений предприятия и чувствуете настороженное отношение к себе окружающих Вас сотрудников. Причем Вы попали в коллектив, где нет четкого распределения и выполнения своих обязанностей. А на Вас еще давит и груз долгов, оставшихся после Вашего предшественника. Таким образом, Вам необходимо повысить уровень эффективности труда и организовать слаженную и успешную работу Вашего подразделения. Ваши действия в этот период?

Ситуация 3

Вы проработали в отделе после окончания института всего несколько месяцев. И тут Вас вызывает начальник и говорит, что необходимо поехать к смежникам и помочь им наладить производство нужной для Вашей организации продукции. Но вчера Вас вызвали в отдел кадров и предложили поехать на курсы повышения квалификации в Москву. Что Вы выберете как самый верный путь к последующей карьере?

2.4 Рекомендации по выполнению индивидуального задания

Индивидуальное задание является обязательным элементом процесса обучения; без сдачи отчета по индивидуальному заданию студент не допускается к итоговой аттестации. Самостоятельная работа студентов предполагает выполнение 5 индивидуальных заданий. Выполнение индивидуальных заданий направлено на получение дополнительных знаний по дисциплине, развитие умений анализа и обобщения материала и приобретения навыков принятия управленческих решений при выборе и обосновании направлений совер-

шенствования конструкторско-технологических условий производства.

Отчеты по выполненным индивидуальным заданиям являются разделом контрольной работы. Рабочей программой дисциплины предусматривается выполнение следующих индивидуальных заданий.

***Внимание!** Индивидуальные задания 1-4 выполняются всеми магистрами, но с использованием разных источников информации, в 5 индивидуальном задании выбирается один вопрос, повтор вопроса не допускается.*

Индивидуальное задание 1

1. Составьте глоссарий основных терминов по менеджменту и маркетингу.

2. Опишите сущность различных подходов к менеджменту и маркетингу:

- системный подход,
- процессный подход,
- ситуационный подход.

3. Составьте таблицу общих функций менеджмента и маркетинга с учетом изменения их содержания по уровням иерархии управления.

Индивидуальное задание 2

1. Опишите основные направления развития (школы) менеджмента и маркетинга.

2. Дайте характеристику среды организации: внутренней и внешней (деловой). Как элементы данных сред влияют на характер управленческой деятельности?

3. Составьте таблицу характеристики содержания основных функций маркетинга.

Индивидуальное задание 3

1. Дайте сравнение бюрократических и органических структур управления предприятием. Составьте таблицу отличительных характеристик различных видов структур управления предприятием.

2. Опишите основные задачи службы маркетинга на предприятии (желательно использовать опыт конкретного предприятия).

3. Подготовьте аннотацию статьи по проблемам управления предприятием (копию статьи приложить!)

Индивидуальное задание 4

1. Раскройте и опишите взаимосвязь между менеджментом и маркетингом (сравнение функций и задач).

2. Разработайте стратегию управления предприятием и стратегию маркетинга с учетом требований потребителя к качеству продукции.

3. Подготовьте аннотацию статьи по проблемам маркетинга на предприятии.

Индивидуальное задание 5

Подготовьте эссе в виде развернутого ответа на один из поставленных вопросов.

Вниманию! Вопросы выбираются самостоятельно, повтор вопросов не допускается.

1 Маркетинг в системе партнерских отношений и управления опытом клиентов.

2 Маркетинг высокотехнологичных услуг.

3 Маркетинг в конкретных отраслях и сферах деятельности.

4 Маркетинг в управлении знаниями.

5 Маркетинг государственных услуг

6 Маркетинг и краудсорсинг

7 Маркетинг инноваций.

8 Эффективность интернет-маркетинга товаров, предприятий.

Выполнение всех разделов контрольной работы является обязательными для промежуточной аттестации магистров в форме зачета.

3 ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ К СДАЧЕ ЗАЧЕТА

Раздел 1 Менеджмент

1. Менеджмент - это:

а) профессионально осуществляемое управление любой хозяйственной деятельностью предприятия в рыночных условиях, направленная на получение прибыли путем рационального использования ресурсов;

б) искусство ведения дел, управления тем или иным объектом, это овладение профессиональным мастерством с помощью эффективных принципов управления, чувство хозяина, сочетающееся как с чутким, бережным отношением к людям, так и с использованием приемов, позволяющих исключить жесткое администрирование, добиваясь при этом успешного выполнения поставленных целей;

в) верны все предыдущие ответы.

2. Управление по целям включает:

- а) систему вертикальной зависимости целей,
- б) систему оценки деятельности персонала,
- в) систему взаимосвязи между целями организации и личными целями персонала.
- г) верны все предыдущие ответы,
- д) нет правильного ответа.

3. Менеджмент как управление в условиях рынка (рыночной экономики) означает:

- а) отсутствие ответственных за конечные результаты деятельности предприятия,
- б) ориентацию предприятия на спрос и потребности рынка,
- в) использование устаревшей информационной базы,
- г) хозяйственную зависимость.

4. При формулировке миссии организации необходимо описание:

- а) покупателей.
- б) потребностей
- в) действий, знаний и технологий, с помощью которых создается потребительская ценность,
- г) верны все предыдущие ответы.

5. Комбинация методов конкуренции и организации бизнеса, направленная на удовлетворение клиентов и достижение организационных целей, называется:

- а) стратегией,
- б) стратегическим видением,
- в) миссией,
- г) целями организации.

6. Вид управленческой деятельности, обеспечивающий согласованное взаимодействие всех управленческих действий и функций, бесперебойность и непрерывность процесса управления, называется:

- а) планированием,
- б) организацией,
- в) контролем,
- г) координацией

7. Дифференциация управленческих работников в соответствии с определенными правами, обязанностями и ответственностью по реализации какой-либо функции управления составляет основу:

- а) вертикального разделения управленческого труда,
- б) профессионального разделения управленческого труда,

- в) должностного разделения управленческого труда,
- г) квалификационного разделения управленческого труда.

8. Какое определение более точно характеризует понятие цели менеджмента?

- а) цель – идеальный образ желаемого, возможного и необходимого состояния управляемой системы,
- б) цель указывает общее направление достижения лучшего результата,
- в) цель определяет желаемое состояние объекта управления,
- г) цель это конкретные результаты, которые хотела бы достигать группа людей, работая вместе,
- д) цель – конкретное состояние отдельных характеристик предприятия, достижение которых является желательным, и на достижение которых направлена его деятельность.

9. Комбинация организационно-управленческих решений, направленная на удовлетворение потребителей и достижение организационных целей, называется:

- а) стратегией,
- б) стратегическим видением,
- в) миссией,
- г) целями организации.

10. Направление развития предприятия в будущем, его целевые аудитории, технологии, целевые аудитории, образ в будущем отражаются в:

- а) стратегических целях,
- б) миссии предприятия,
- в) стратегическом видении .

11. При формулировке миссии организации необходимо описание:

- а) покупателей.
- б) потребностей
- в) действий, знаний и технологий, с помощью которых создается потребительская ценность,
- г) верны все предыдущие ответы.

12. Менеджмент как совокупность управленческих решений означает

- а) отсутствие ответственных за конечные результаты деятельности предприятия,
- б) ориентацию предприятия на спрос и потребности рынка,
- в) использование устаревшей информационной базы,

г) хозяйственную зависимость.

13. Поведение, которое находится в противоречии с властной системой, рассчитанное на получение выгод для лица или подразделения называется

- а) политическое поведение
- б) конфронтационное поведение
- в) властное поведение
- г) демократическое поведение
- д) конфликтное поведение

14. Факторы риска при проведении маркетинговых исследований:

- а) производительность труда
- б) конкуренция
- в) организация труда
- г) инфляция

15. обобщенный тип поведения, система сложившихся отношений между руководителем и подчиненным, совокупность форм и методов управления, используемых в процессе достижения поставленных целей:

- а) стиль влияния
- б) методы управления
- в) система воздействия
- г) стиль руководства

16. Социальная эффективность разработки управленческих решений-

а) факт достижения цели управленческих решений в плане удовлетворения потребностей за более короткое время для большего количества работников

б) факт достижения цели управленческих решений при меньших затратах в результате успешных действий персонала

в) факт достижения цели управленческих решений в результате кадровых перестановок

17. Менеджер ответственный за специализированную функцию управления называется..... руководитель

18. К барьерам для входа компании на рынок можно отнести:

- а) стратегии роста у большинства компаний на рынке
- б) отсутствие высококвалифицированного управленческого персонала
- в) эффективный масштаб производства
- г) высокий уровень криминализации бизнеса

д) монопольное положение одной из фирм

19. Важной характеристикой менеджера является понятие:

а) анализ

б) коммуникабельность

в) контроль

г) взаимодействие

20. Характеристиками умеренно высокой неопределенности маркетинговой среды являются:

а) большое количество разнородных элементов внешней среды и их частые непредсказуемые изменения

б) небольшое количество однородных элементов, которые быстро адаптируются к организационной структуре

в) большое количество разнородных элементов мало меняющихся во времени

г) небольшое количество однородных элементов, которые непредсказуемы в своих изменениях

21. К внутренней среде организации относятся следующие элементы:

а) миссия

б) профсоюзы

в) люди

г) поведение потребителей

д) задачи

е) цели

22. Основными характеристиками управленческого труда являются:

а) умственный труд, работа с задачами, многообразие творческих задач, системность

б) умственный труд, работа с людьми, информационная природа, многообразие творческих задач и творческий характер

в) внимание к ситуационным характеристикам, системность, аналитический подход, фиксация целей

г) аналитический подход, многообразие задач и целей, работа с людьми, технологичность

23. Функции в управлении могут быть:

а) общие и специальные

б) производственные, маркетинговые, кадровые и т.д.

в) интегрирующие, связующие, специальные

г) руководства и сотрудников

24. Действия, которые менеджеры предпринимают для обеспечения того, чтобы фактические конечные результаты совпали с запланированными –

25. Работы, при которых сотрудники контактируют с людьми в различных подразделениях как внутри, так и вне организации:

- а) интегральный процесс
- б) многоаспектные роли
- в) руководство
- г) роль систематизатора знаний
- д) создание побочных связей

26. Социально – ответственный менеджмент – это ответственность организации перед:

- а) государством, в которой организация зарегистрирована
- б) потребителями продукции компании
- в) работниками организации и внешней средой, в которой г)

организация существует

- д) акционерными компаниями

27. Тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном для данной ситуации сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей;

- а) руководство
- б) лидерство
- в) контроль
- г) социальное воздействие

28. В основу стратегии маркетинга в условиях изменяющейся окружающей среды должно быть положено:

- а) ужесточение имеющихся процедур
- б) продолжение функционирования без изменений, как и раньше

в) адаптирование к изменениям как можно быстрее приглашение консультантов со стороны

29. Основные критерии удовлетворенности персонала условиями труда являются:

- а) взаимоотношения с коллегами по работе
- б) признание ценности сотрудника
- в) жесткая идентификация ответственности за качество
- г) наличие возможности карьерного роста
- д) взаимовыгодные отношения с руководителем

30. Установление связей между предприятиями может реализоваться в виде:

- а) кооптация, ведение совместного управления
- б) проектов
- в) трастов
- г) международных культурных договоров
- д) комплектование руководящих должностей
- е) реклама, связи с общественностью
- ж) внутреннего маркетинга
- з) соглашений о совместных предприятиях

31. Суть деятельности предприятия, его предназначение в обществе, отражающие его настоящие возможности, указываются в:

- а) целях предприятия,
- б) миссии предприятия,
- в) стратегическом видении предприятия.

32. Управленческая деятельность и процессы, направленные на разработку стратегии и концепции развития организации в целом, постановку целей ее функционирования, а также корректировку принятых решений, называются:

- а) общим менеджментом,
- б) функциональным менеджментом.

Раздел 2. Маркетинг

1. Понятие и сущность маркетинга

а) Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства

- б) Эволюция концепций маркетинга
- в) Функции маркетинга
- г) Внешняя среда маркетинга

2. Маркетинговые исследования

- а) Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора
- б) Классификация и сущность видов маркетинговых исследований
- в) Поведение потребителя
- г) Сегментирование рынка
- д) Анализ конкурентной среды

3. Товар в маркетинге

- а) Товар в рыночной среде
- б) Жизненный цикл товара
- в) Конкурентоспособность товара
- г) Номенклатура и ассортимент товара

- д) Товарные стратегии организации
- 4.Ценообразование в маркетинге**
 - а) Основные маркетинговые подходы к формированию цены товара
 - б) Виды цен
 - в) Методы расчета цены товара
 - г) Ценовые стратегии организации
- 5.Система товародвижения в маркетинге**
 - а) Сущность и виды каналов сбыта
 - б) Характеристики каналов товародвижения
 - в) Основные функции посредников и виды посредников
 - г) Стратегии товародвижения
- 6.Маркетинговые коммуникации**
 - а) Теория коммуникаций
 - б) Формирование спроса и стимулирование сбыта
 - в) Реклама
 - г) Личные продажи и прямой маркетинг
 - д) Связи с общественностью
- 7.Управление маркетингом**
 - а) Организация службы маркетинга
 - б) Бюджет маркетинга
 - в) Планирование и контроль в маркетинге
 - г)Маркетинговые стратегии
- 8.Области применения маркетинга**
 - а)Международный маркетинг
 - б) Интернет-маркетинг
 - в) Маркетинг услуг
 - г) Маркетинг и общество
- 9. Если цель фирмы производство товаров высокого качества по умеренной цене при низких расходах на маркетинг, то целесообразна концепция...**
 - а) совершенствования товара;
 - б) социально-этического маркетинга;
 - в) совершенствования производства;
 - г) интенсификации коммерческих усилий.
- 10. Идея социально-этического маркетинга требует сбалансированности трёх факторов:**
 - а) интересов общества, прибыли посредников, потребностей фирмы;

б) потребностей потребителей, прибыли фирмы и интересов общества;

в) дохода государства, потребностей поставщиков, интересов потребителей;

г) прибыли фирм, потребностей конкурентов, интересов государства.

11. Концепция основана на том, что потребители не будут активно покупать товар, производимый данной компанией, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широко-масштабной продаже

а) маркетинга;

б) интенсификация коммерческих усилий;

в) совершенствования производства;

г) совершенствования товара.

12. На рынке, где спрос на товары превышает предложение, используется концепция маркетинга...

а) социально-этического маркетинга;

б) совершенствование товара;

в) совершенствования производства;

г) стимулирования сбыта.

13. Изучение товарной структуры фирмы относится к такой функции маркетинга как...

а) сбытовая;

б) аналитическая;

в) управления и контроля;

г) производственная.

14. Организация взаимодействия складов, производителя и оптовой торговли относится к функции маркетинга...

а) аналитической;

б) управления и контроля;

в) сбытовой;

г) производственной.

15. Информационное обеспечение управления маркетингом относится к функции...

а) убеждения и стимулирования;

б) производственной;

в) управления и контроля;

г) сбытовой.

16. К функциям менеджера по маркетингу *не принято* относить...

- а) подготовку смет и расходов по маркетингу;
- б) подготовку смет и расчётов себестоимости товара;
- в) контроль и оптимизацию сбытовой сети;
- г) сбор и оценку рыночной информации.

17. Обеспечение успешной деятельности предприятия по реализации продукции в службе маркетинга относится к функции...

- а) продвижения;
- б) управления инновациями;
- в) управления распределением товаров;
- г) целеполагания и планирования.

18. К основным факторам маркетинговой макросреды относятся...

- а) потребители;
- б) демографические данные;
- в) посредники;
- г) возможности фирм – производителей.

19. К факторам внешней среды маркетинга относят...

- а) персонал организации;
- б) организационную культуру;
- в) конкурентов организации;
- г) организационную структуру.

20. К факторам микросреды маркетинга относятся...

- а) маркетинговые посредники;
- б) политические факторы;
- в) демографические факторы;
- г) экономические факторы.

21. К элементам маркетинговой микросреды относится...

- а) клиентура фирмы;
- б) законодательство в области предпринимательской деятельности;
- в) социально-политическая ситуация в стране;
- г) курс национальной валюты.

22. Под маркетинговой средой следует понимать...

- а) совокупность активных субъектов и факторов, влияющих на маркетинговую деятельность фирмы;
- б) совокупность физических и юридических лиц, приобретающих товар фирмы;
- в) совокупность сбытовых посредников фирмы;
- г) совокупность основных конкурентов фирмы.

23. «Доходность» сегмента представляет собой...

- а) признак сегментации;
 - б) критерий сегментации;
 - в) метод сегментации;
 - г) характеристику профиля продукта.
- 24.** Априорный метод сегментирования предполагает...
- а) включение в анализ не только существующих, но и потенциальных сегментов;
 - б) выделение сегментов на основе анализа потребностей;
 - в) выделение рыночных потребностей по различным признакам потребителей;
 - г) исключение невозможных комбинаций критериев сегментирования.
- 25.** Сегментация рынка представляет...
- а) деление производителей на однородные группы;
 - б) деление товара на однородные группы;
 - в) деление конкурентов на однородные группы;
 - г) деление потребителей на однородные группы.
- 26.** Адаптировать товар к требованиям внешнего рынка возможно путём...
- а) предложения новинки с учётом жизненного цикла товара на внутреннем рынке;
 - б) соблюдения внутриотраслевых стандартов качества;
 - в) приобретения производственных мощностей в стране-импортере;
 - г) внесения изменений в товар в соответствии с особенностями потребления.
- 27.** Рыночные параметры товара включают в себя...
- а) цену, конкурентоспособность, широту выбора;
 - б) запах, вкус;
 - в) качество, цвет, размер;
 - г) прочность, надёжность, простоту ухода.
- 28.** В маркетинге диверсификация товара – это прежде всего...
- а) разнообразие товарного ассортимента;
 - б) модификация товара;
 - в) проникновение товара на новые рынки;
 - г) производство дополнительных товаров, которые планируется предложить на новых рынках.
- 29.** Одной из причин принятия компанией решения о расширении ассортимента вверх является...

- а) стремление снизить остроту конкурентной борьбы;
- б) стремление обострить конкурентную борьбу;
- в) затраты на приносят соответствующего роста оборота;
- г) недостаток производственных мощностей.

30. Канал сбыта «производитель – розничный торговец – потребитель» характеризуется как...

- а) прямой одноуровневый;
- б) косвенный трёхуровневый;
- в) прямой трёхуровневый;
- г) косвенный одноуровневый.

31. Основной целью построения канала распределения является...

- а) физическое перемещение товара от производителя к потребителю;
- б) продвижение товара (реклама) и стимулирование сбыта;
- в) распределение риска – материальной и организационной ответственности за товар.

32. В маркетинге сбыт...

- а) может быть, а может и не быть элементом комплекса маркетинга;
- б) безусловный элемент комплекса маркетинга;
- в) не входит в комплекс маркетинга;
- г) является предметом логистики.

33. К сфере оптовой торговли относится...

- а) приобретение ящика яблок на овощебазе для заготовок на зиму;
- б) проведение фирмой банкета на 150 персон с полным обслуживанием в категории;
- в) проведение переговоров брокером с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона с одной из строительных организаций;
- г) покупка 10 порций мороженого для семейного праздника.

34. Комплекс маркетинговых коммуникаций составляет...

- а) реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью;
- б) личная продажа, стимулирование сбыта, пропаганда, связи с общественностью;
- в) реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, связи с общественностью;
- г) реклама, личная продажа, пропаганда, связи с общественностью.

СТЬЮ.

4 ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Сущность и содержания менеджмента предприятия.
2. Менеджмент, как процесс управления предприятием.
3. Сущность и содержание маркетинговой деятельности на предприятии.
6. Подходы к раскрытию содержания менеджмента.
7. Функции менеджмента и маркетинга.
8. Структура системы управления предприятием.
9. Направления развития менеджмента и маркетинга.
10. Содержание и виды управленческой деятельности.
11. Виды производственных и конкурентных стратегий.
12. Управление по целям и по результатам.
13. Интеграция процессов менеджмента и маркетинга.
14. Характеристика организационной структуры управления.
15. Характеристика функциональных подсистем системы управления.
16. Характеристика элементов внутренней и внешней среды предприятия.
17. Содержание и методика проведения маркетинговых исследований.
18. Адаптация менеджмента предприятия требованиям системы менеджмента качества.
19. Сравнительная характеристика международных стандартов по управлению качеством.
20. Методы управления коллективом исполнителей.
21. Проблемы эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
22. Проблемы сочетания полномочий и ответственности в системе управления предприятием.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполнение контрольной работы способствует более глубокому изучению теоретического материала, приобретению навыков анализа отдельных аспектов управления, включая описание организационной структуры, аннотацию статьи, построение дерева целей, а также рассмотрение конкретной ситуации.

Контрольная работа обеспечивает приобретение дополнительных навыков практической работы, необходимых для работы менеджера в современных условиях. Контрольная работа имеет творческий характер и дает возможность студенту проявить себя в роли грамотного специалиста, умеющего квалифицированно подходить к решению вопросов управления.

Теоретические и практические задания, представленные в методических указаниях по самостоятельной работе и выполнении контрольной работы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» направлены на получение знаний и навыков в области управления предприятием и осуществлении маркетинговой деятельности.

Задания ориентированы на развитие творческого подхода студентов магистратуры к решению практических задач, выработке оптимальных решений, формирование собственного стиля управления и мировоззрения, необходимого в конкретных практических ситуациях.

Самостоятельная работа, направлена на дополнительное изучение теоретического материала дисциплины «Менеджмент и маркетинг», формирование и развитие навыков в области определения специфики управленческой работы, мотивации персонала и самомотивации, выбора стиля лидерства, использования кривой акцентов для решения реальных проблем предприятия.

Индивидуальные задания предполагают более глубокую проработку теоретического материала с целью получения дополнительных знаний, а также развитие навыков обработки информации и формирования личных представлений о практике решения проблем в области менеджмента и маркетинга. Тестовые задания ориентированы на самопроверку и подготовку студентов к промежуточной оценке знаний и подготовки к сдаче зачета.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Зельдович Б.З. Ситуационное обучение управленческим дисциплинам: учебное пособие / Б.З. Зельдович. – М.: Изд-во «Экзамен», 2008. – 542 с.
2. Зенина Г.Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. Воронеж: ГОУВПО «Воронежский государственный технический университет», 2011. 151 с.
3. Кравченко А.И. История менеджмента: учебник / А.И. Кравченко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 432 с.
4. Коргова М.А. История менеджмента: учебное пособие / М.А. коргова, А.М. Салогуб. – Изд. 2-е, перераб. и доп. - Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 236 с.
5. Менеджмент: практикум часть I Основы менеджмента / под ред. А.Г. Балаганской: учеб. пособие. Воронеж: ГОУВПО «Воронежский государственный технический университет», 2006. 151 с.
6. Мишин В.М. Исследование систем управления: учебник для вузов. – 2-е изд. стереотип. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 527 с.
7. Менеджмент: Тесты, задачи, ситуации, деловые игры. Практикум: Учеб. пособие / Н. П. Бесяцкий, И. В. Балдин, С. Д. Вермеенко и др. ; под ред. Проф. Н. П. Бесяцкого. – Мн.: Книжный Дом. 2005. – 224 с.
8. Пестов В.Ю. особенности проектирования организации производственных процессов наукоемкой продукции //Организатор производства.2012. Т.53. № 2. С. 50-54.
9. Практикум по курсу «Менеджмент» / С. Ш. Левина, Р. Ю. Турчева. – Ростов/Д: Феникс, 2006. – 320 с.
10. //Управление персоналом №13 – 14 (167 – 168) 2007. Магура М., Курбатова М. Секреты мотивации или мотивация без секретов. 653 с. (<http://top-personal.ru>)
11. <http://azps.ru/tests/stest/yourtemperament.html>
12. <http://opredelenie/stila>

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГТУ», ВГТУ)

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Выполнил студент _____
(группа, подпись, дата, инициалы, фамилия)

Проверил _____
(подпись, дата, инициалы, фамилия)

(отметка о зачете, подпись преподавателя)

Воронеж 2018

ЗАДАНИЕ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Студент группы _____
(фамилия, имя, отчество студента)

Вариант № _____

Перечень заданий, подлежащих выполнению:

1. Теоретические задания

2. Практические задания

Индивидуальное задание

Срок сдачи контрольной работы

Руководитель

(подпись, дата, инициалы, фамилия)

Задание принял студент

(подпись, дата, инициалы, фамилия)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

**1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

3. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

4. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ПРИЛОЖЕНИЯ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
и выполнению контрольной работы для студентов, обучающихся по
направлению 15.04.01 «Машиностроение», все магистерские образо-
вательные программы, заочной формы обучения

Составители: Каблашова Ирина Владимировна
Логунова Ирина Валериевна

В авторской редакции

Подписано к изданию 12.05.2018
Уч.-изд. 1.5 л.

ГОУВО «Воронежский государственный
технический университет»
394026 Воронеж, Московский просп., 14