

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства
Кафедра управления жилищно-коммунальным хозяйством



Директор _____ Андрийчук Н.Д.
(подпись)
«25» 02 2025
года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Менеджмент и маркетинг»

38.03.10 Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура
«38.03.10 Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура»

Разработчики:

Ст.преподаватель _____ Парамонова А.В.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления жилищно-коммунальным хозяйством

от «24» 02 2025 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой _____ Коваленко Д.С.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один или несколько правильных ответов

1. Какое из следующих определений лучше всего описывает менеджмент?

- А) Процесс продажи товаров
- Б) Процесс планирования, организации, мотивации и контроля
- В) Процесс разработки новых продуктов
- Г) Процесс анализа конкурентов

Правильный ответ: Б)

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. Что является основным элементом маркетингового микса?

- А) Люди
- Б) Процессы
- В) Продукт
- Г) Финансы

Правильный ответ: В)

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. Какой из следующих подходов используется для определения потребностей клиентов

- А) SWOT-анализ
- Б) Анализ рынка
- В) PEST-анализ
- Г) BCG-матрица

Правильный ответ: Б)

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. Что такое целевая аудитория?

- А) Все люди в городе
- Б) Группа потребителей, на которую нацелена реклама
- В) Конкуренты компании
- Г) Все покупатели товара

Правильный ответ: Б)

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

5. Какое из перечисленных понятий описывает процесс создания, предложения и продвижения товаров или услуг?

- А) Менеджмент
- Б) Маркетинг
- В) Финансирование
- Г) Логистика

Правильный ответ: Б)

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие:

- | | |
|----------------------------|--|
| 1) Географический | А) Уровень образования и доходов |
| 2) Демографический | Б) Плотность и численность населения, административное деление |
| 3) Социально-экономический | В) Поведение индивидуума, стиль жизни, личностные качества |
| 4) Психиатрический | Г) Возраст, пол потребителей; размер семьи |

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	Г	А	В

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. Установите соответствие:

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| 1) Зрительная | А) Телереклама |
| 2) Слуховая | Б) Ароматизированная листовка |
| 3) Зрительно-обонятельная | В) Реклама по радио |
| 4) Зрительно-слуховая | Г) Витрина |

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	В	Б	А

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. Установите соответствие:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) Аналитическая функция | А) Организация системы товародвижения, организация высококачественного сервиса |
| 2) Производственная функция | Б) Изучение рынка, потребителей, товара; анализ внутренней среды предприятия |

3) Сбытовая функция

В) Организация стратегического и оперативного планирования на предприятии

4) Функция управления и контроля

Г) Организация материально-технического снабжения, управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	Г	А	В

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. Установите соответствие:

1) Полевой метод

А) Эксперимент

2) Кабинетный метод

Б) Сравнительный анализ

3) Полевой метод

В) Опрос

4) Полевой метод

Г) Наблюдение

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	Б	В	А

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

5. Установите соответствие:

1) Административный

А) Предусматривает ориентацию управляющей подсистемы на потребителя

2) Интеграционный

Б) Заключается в том, чтобы помочь работнику осознать собственные возможности

3) Маркетинговый

В) Регламентирует функции, права, обязанности, элементы системы менеджмента в нормативных актах

4) Поведенческий

Г) Рассматривает управление как совокупность взаимосвязанных функций

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	Г	А	Б

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

6. Установите соответствие:

1) Стратегия лидирующих позиций по издержкам

А) Предполагает использование новшеств — продуктовых, технологических и организационных;

2) Стратегия дифференциации

3) Стратегия концентрации
(фокусирования)

4) Стратегия раннего выхода на рынок

наличие значительного риска; сложность сохранения данного преимущества

Б) Предполагает, что основное внимание менеджеров направлено на контроль затрат, а качество услуг, сервис и другие параметры незначительны для компании

В) Предполагает способность организации обеспечить уникальность и более высокую ценность (по сравнению с конкурентами) услуг для покупателя с точки зрения уровня качества, наличия его особых характеристик, методов сбыта, послепродажного обслуживания

Г) Основана на выборе узкой области конкуренции внутри отрасли (рыночной ниши)

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	В	Г	А

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Установите правильную последовательность этапов процесса управления:

А) Оценка результатов

Б) Планирование

В) Организация

Г) Мотивация и руководство

Д) Контроль

Правильный ответ: БВГАД

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. Установите правильную последовательность этапов управления проектом:

А) Завершение проекта

Б) Планирование

В) Реализация

Г) Инициация

Правильный ответ: ГБВА

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. Установите правильную последовательность функций менеджмента по Ф. Тейлору:

- А) Организация
- Б) Планирование
- В) Управление
- Г) Контроль

Правильный ответ: БАВГ

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. Установите правильную последовательность этапов анализа организационной структуры:

- А) Оценка соответствия структуры стратегии
- Б) Определение критериев анализа
- В) Анализ текущей структуры
- Г) Разработка рекомендаций по изменениям

Правильный ответ: БАВГ

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание)

1. В менеджменте _____ - это процесс планирования, организации и контроля ресурсов для достижения поставленных целей.

Правильный ответ: Управление

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. _____ - это один из основных элементов маркетинговой стратегии, который включает в себя создание ценности для клиента.

Правильный ответ: Ценообразование

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. В анализе SWOT, буква S обозначает _____, что указывает на внутренние сильные стороны компании.

Правильный ответ: Сильные стороны

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. _____ - это группа людей, на которую нацелена маркетинговая кампания.

Правильный ответ: Целевая аудитория

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

5. В процессе разработки нового продукта важно провести _____, чтобы понять потребности и предпочтения потребителей.

Правильный ответ: Исследование рынка

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание)

1. _____ исследования помогают глубже понять целевую аудиторию.

Правильный ответ: Социальные

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. В современных условиях наибольшее значение имеет _____ клиентов.

Правильный ответ: Удержание

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. Целью стратегического управления является _____ конкурентных преимуществ.

Правильный ответ: Формирование и поддержание

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. Методы _____ применяются для оценки эффективности рекламных кампаний.

Правильный ответ: Аналитики

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

5. В менеджменте важно учитывать _____ сотрудников.

Правильный ответ: Мотивацию

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Объясните, что такое менеджмент и какую роль он играет в рамках организации.

Время выполнения: 5 минут

Критерий оценивания: наличие в ответе – планирование, организация, мотивация, контроль.

Ожидаемый ответ: Менеджмент — это процесс планирования, организации, мотивации и контроля ресурсов (людей, финансов, информации) для достижения целей организации.

Основные функции менеджмента включают планирование (определение целей и стратегий), организацию (распределение ресурсов), мотивацию

(создание эффективной команды) и контроль (оценка достигнутых результатов).

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

2. Опишите основные этапы разработки маркетинговой стратегии для нового продукта.

Время выполнения: 5 минут

Критерий оценивания: наличие в ответе – анализ, сегментация рынка, разработка маркетингового микса (комплекса), оценка и корректировка стратегии.

Ожидаемый ответ: Основные этапы разработки маркетинговой стратегии включают: анализ рынка; сегментация рынка; определение УТП (уникального торгового предложения); разработка маркетингового микса; оценка и корректировка стратегии.

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

3. Каковы основные стили лидерства и как они влияют на производительность команды?

Время выполнения: 5 минут

Критерий оценивания: полное содержательное соответствие

Ожидаемый ответ: Основные стили лидерства включают: авторитарный стиль, демократический стиль, либеральный стиль, ситуационный стиль.

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

4. Какие факторы влияют на формирование конкурентной среды в отрасли?

Время выполнения: 5 минут

Критерий оценивания: наличие в ответе минимум 3-х из 6-ти факторов

Ожидаемый ответ: Факторы, влияющие на конкурентную среду, включают количество и мощность конкурентов, угрозу новых участников, угрозу заменителей, рыночные барьеры, сильные позиции покупателей и поставщиков.

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

5. Объясните, что такое брендинг и как он влияет на восприятие потребителем компании.

Время выполнения: 5 минут

Критерий оценивания: наличие в ответе – процесс создания уникального имиджа (стиля) продукта или компании.

Ожидаемый ответ: Брендинг — это стратегический процесс создания уникального имиджа продукта или компании в сознании целевой аудитории. Он включает развитие логотипов, слоганов, айдентики и концепций. Успешный брендинг способствует повышению узнаваемости, доверия и лояльности клиентов.

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

6. Как определить целевую аудиторию для продукта? Опишите методы, которые можно использовать для сегментации рынка.

Время выполнения: 10 минут

Критерий оценивания: наличие в ответе – анализ потребителей, демографические, географические поведенческие аспекты.

Ожидаемый ответ: Определение целевой аудитории включает анализ потребительских характеристик, таких как демографические (возраст, пол, доход), психографические (стили жизни, ценности), географические (регион, город) и поведенческие (привычки, предпочтения) аспекты. Методы сегментации рынка могут включать: опросы: для сбора информации о потребительских предпочтениях; анализ данных: изучение существующих данных о продажах и рынке; фокус-группы: обсуждение продукта с небольшой группой целевой аудитории для получения качественной обратной связи; демографические исследования: сбор статистики о населении в целевом регионе.

Компетенции (индикаторы): УК-2, ОПК-2, ПК-1

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»* соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.10 Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии института строительства,
архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства



Ремень В.И.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)