

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра «Маркетинг и логистика»

Карпова С.В., Панюкова В.В.

ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

Москва 2015

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ М.А. Эскиндаров

18.11. 2015г.

ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
протокол № 2 от 17 ноября 2015 г.*

Москва 2015

УДК 334.7(078)

ББК 65.290.5я73

К 26

Рецензенты:

Захаренко И.К. – к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и логистика» Финансового университета

Карпова С.В., Панюкова В.В. Программа итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Квалификация уровень подготовки – бакалавриат (заочная форма обучения). - М.: Финансовый университет, 2015. -18 с.

Программа итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», для профиля «Маркетинг» соответствует требованиям образовательного стандарта высшего образования Финансового университета по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень подготовки - бакалавриат), утвержденного приказом Финансового университета от 30 декабря 2014 г. №2571/0.

Программа содержит перечень вопросов, выносимых на итоговый междисциплинарный экзамен, соответствующий теоретическому материалу, а также примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий, перечень рекомендуемой литературы для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену, рекомендации обучающимся для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену, критерии оценки результатов сдачи итогового междисциплинарного экзамена.

© Финансовый университет, 2015

© Карпова С.В., Панюкова В.В., 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. Перечень вопросов, выносимых на итоговый междисциплинарный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену	5
2. Примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий	17
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому междисциплинарному экзамену	19
4. Критерии оценки результатов сдачи итогового междисциплинарного экзамена	19

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с приказом Финансового университета от 18 февраля 2016 г. №0288/0 «О приведении образовательных программ по направлению подготовки «Менеджмент» (уровень бакалавриата) в соответствие с образовательным стандартом высшего образования Финансового университета» программа разработана на основе образовательного стандарта высшего образования Финансового университета по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень – бакалавриат).

Целью итогового междисциплинарного экзамена является выявление соответствия качества сформированных у студента компетенций требованиям к результатам освоения образовательной программы согласно образовательному стандарту Финансового университета.

Итоговый междисциплинарный экзамен является формой рубежного контроля студентов по результатам освоения программы в целом.

1. Перечень вопросов, выносимых на итоговый междисциплинарный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену.

1.1. Вопросы на основе содержания общепрофессиональных и профессиональных дисциплин направления подготовки.

1. Функция менеджмента – планирование. Принципы стратегического, оперативного и тактического планирования. Роль финансового анализа и контроля в планировании деятельности.
2. Организация как функция менеджмента. Факторы, определяющие особенности организационной структуры.
3. Стратегия и структура организации: идеи А. Чендлера. Влияние социальных стратегических альянсов на стратегию и структуру организации.

4. Мотивация как функция менеджмента. Пирамида А. Маслоу. Виды и методы стимулирования работников с разными типами трудовой мотивации.
5. Контроль как функция менеджмента. Принципы эффективного контроля по Ньюмену. Особенности стратегического контроля.
6. Развитие управленческой науки. Школы управления.
7. Типы организационных структур, их характеристики. Формальные и неформальные организационные структуры, департаментализация.
8. Понятие внешней среды: основные характеристики и параметры измерения. Стратегический анализ и диагностика внешней среды (5 сил Портера, PEST)
9. Адаптация организации: проблема неопределенности и ресурсной зависимости. Стратегии приспособления организации к внешней среде.
10. Системный подход к исследованию организаций. Открытые и закрытые организационные системы. Организация как социально-экономическая система.
11. Организационная культура: понятие, основные функции. Роль организационной культуры при разработке и принятии управленческих решений.
12. Группы в организации: классификация и характеристики. Рабочие группы и команды. Этапы развития команд. Командообразование.
13. Коммуникации в организации и их виды. Элементы коммуникационного процесса. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.
14. Комплекс функций маркетинга. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности компании.
15. Сегментация потребительских и деловых рынков: методы, критерии выбора целевых сегментов рынка. Рыночные сегменты и конкурентные стратегии М. Портера: лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование (специализация).
16. Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Стратегии позиционирования.

17. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Этапы принятия решения покупателем.
18. Виды маркетинговых исследований. Использование полученной информации для формирования стратегии фирмы.
19. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы.
20. Ценообразование и ценовая политика компании. Влияние ценовой политики на показатели деловой активности компании.
21. Этапы создания бренда. Влияние бренда на капитализацию компании.
22. Сбытовая деятельность фирмы: способы организации и каналы распределения. Сбытовые стратегии и их влияние на формирование себестоимости и прибыли, исходя из различных методов учета себестоимости.
23. Структура маркетингового плана. Взаимосвязь маркетингового плана с показателями движения денежных средств.
24. Система управления персоналом организации: основные функции, организационная структура. Формы и методы оценки персонала.
25. Планирование персонала, его основные этапы и источники привлечения. Методы определения численности персонала.
26. Современные концепции развития персонала. Модель систематического (непрерывного) обучения персонала. Управление знаниями.
27. Стимулирование и оплата труда персонала. Анализ затрат на содержание и развитие персонала.
28. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Управленческий учет как информационная база принятия стратегических решений.
29. Стратегический процесс: анализ внешней и внутренней среды; формирование стратегии и ее реализация. SWOT- анализ.
30. Миссия и видение организации. Роль стейкхолдеров в формировании миссии и видения организации.
31. Иерархия стратегий организации. Базовые корпоративные стратегии: роста, стабилизации, выживания, сокращения.

32. Ресурсы организации и анализ внутренней среды компании: сильные и слабые стороны. Цепочка ценностей Портера
33. Портфельный анализ. Матрица БКГ, Мак Кинзи. Ограничения матричного метода.
34. Модели и методы процесса принятия решения. Качественные и количественные методы разработки управленческих решений.
35. Количественные методы и применение моделирования при разработке и принятии решений.
36. Функции финансов. Финансово-кредитные инструменты для улучшения использования производственных ресурсов.
37. Основные показатели оценки финансового состояния компании. Влияние социальной ответственности на финансовый результат компании.
38. Планирование потребности и выбор источников финансирования оборотных средств. Управление кредиторской задолженностью.
39. Состав и структура активов организации. Оценка основных и оборотных активов Финансовая политика организации.
40. Управление запасами и дебиторской задолженностью. Показатели оборачиваемости и их влияние на финансовые показатели компании.
41. Бюджетирование и финансовое планирование в компании. Взаимосвязь с бизнес-планированием в компании.
42. Источники и структура капитала компании. Балансовая и рыночная стоимость собственного и заемного капитала.
43. Анализ затрат на осуществление хозяйственной деятельности. Финансовый левередж.
44. Система налогообложения организаций, ее основные элементы. Взаимосвязь учетной и налоговой политики компании.
45. Особенности финансового управления в корпорациях. Комплекс финансовых решений корпорации.

46. Анализ и оценка инвестиций в реальные активы на основе дисконтированного потока денежных средств. Чистая приведенная стоимость (NPV) проекта.

47. Предпринимательский риск: природа и методы учета в инвестиционных проектах. Принятие управленческих решений в условиях риска

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену

Основная литература:

1. Андрейчиков А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова - М.: Вузовский учебник, 2014 - 396 с./ЭБС ЭБС ZNANIUM

2. Арсенова Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 248 с. ISBN 978-5-9776-0296-9.

3. Басовский Финансовый менеджмент: Учебник / ЭБС ZNANIUM - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 240 с.

4. Блинов А.О. Управление изменениями: Учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подг. "Менеджмент" (квалиф. "бакалавр") / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова - М.: Дашков и К, 2015 - 304 с./2014 ЭБС ZNANIUM.COM

5. Боссиди Л. Исполнение: Система достижения целей - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2011 - 325 с./ЭБС ZNANIUM.COM /ЭБС Alpina Digital

6. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник/ Вахрушина М.А., [Финуниверситет]. – 8-е изд., перераб. и доп.- М.: Национальное образование, 2013. – 672 с.

7. Дафт Р.Л. Теория организации: Учебник: Пер. с англ. / Р.Л. Дафт - М.: Юнити-Дана, 2009, 2012 - 736 с.

8. Корпоративная социальная ответственность: Учебник для студ. вузов, обуч. по напр. "Менеджмент" (квалиф. (степень) "Бакалавр") / ; Финуниверситет;

под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова - М.: Кнорус, 2016 - 316 с./ЭБС BOOK.RU*

9. Литвинюк А.А. Организационное поведение: Учебник для бакалавров / А.А. Литвинюк; Российский гос. торгово-экономический ун-т (РГТЭУ) - М.: Юрайт, 2012, 2013 - 505 с.

10. Маркетинг: теория и практика: Учебное пособие для бакалавров, обуч. по экономич. напр. и спец. / ; Финуниверситет ; Российская ассоциация маркетинга ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой - М.: Юрайт, 2012, 2015 - 408 с./ 2012, 2014- ЭБС Юрайт

11. Методы принятия управленческих решений (в схемах и таблицах): Учебное пособие для студ.вузов, обуч. по напр. подгот. 081100 "Государственное и муниципальное управление" (степень "бакалавр") / ; Финуниверситет ; под ред. И.Ю. Беляевой, О.В. Паниной - М.: Кнорус, 2014 - 232 с./ ЭБС Book.ru

12. Рогова Е.М. Финансовый менеджмент: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.М.Рогова, Е.А.Ткаченко; С.-Петербур. гос. ун-т экономики и финансов ; НИУ ВШЭ - М.: Юрайт, 2016 - 542 с.

13. Фирсова И.А. Управленческие решения: Учебник для бакалавров / И.А. Фирсова, О.В. Данилова, С.В. Карпова; Финуниверситет ; под общ. ред. И.А. Фирсовой - М.: Юрайт, 2012 - 400 с.– (Бакалавр. Базовый курс)

14. Управленческий учет: Учебное пособие / под ред. Я.В. Соколова - М.: Магистр, 2012 - 431 с./ 2013. - ЭБС ZNANIUM

15. Морозко Н.И. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Н.И. Морозко, В.Ю. Диденко - М.: Инфра-М, 2013 - 224 с./ 2014.- ZNANIUM.COM

16. Экономика фирмы: Учебное пособие / Е.В. Арсенова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. А.Н. Ряховской - М.: Магистр, 2014, 2015. - 511 с. / ZNANIUM.COM.

Дополнительная литература:

1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: Монография/Ю.Е. Благов; С.-Петерб. гос. ун-т, Высшая школа менеджмента – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2011 – 272 с.
2. Балдин К.В. Управленческие решения [Электронный ресурс]: Учебник. – 7-е изд. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. –395 с. /ЭБС ZNANIUM
3. Батаева Б.С. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие России: монография / Б.С. Батаева; ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ» – М.: Финуниверситет, 2010 – 164 с.
4. Богатырев Е.Д. Человеческий капитал в управлении результативностью // Экономика. Налоги. Право.- 2015. – № 4.-С.111–117.
5. Ван Хорн Дж. К. Основы финансового менеджмента: Пер. с англ. /Дж.К. Ван Хорн, Дж.М. Вахович мл.– М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2007. –1225 с.
6. Глоссарий по маркетингу: учебное пособие для бакалавров. /Под общ. ред. С.В. Карповой и Н.И. Перцовского; отв. ред. И.А. Фирсова. – М.: Изд-во «Палеотип», 2013.
7. Дафт Р. Менеджмент. – Спб., Питер, 2010. – 800с.
8. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник для бакалавров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2013, 2014. /ЭБС Юрайт
9. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури - М.: Вильямс, 2011, 2012, 2013- 672 с.
10. Незамайкин В.Н. Финансовый менеджмент: Учебник для бакалавров/ В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова; Финуниверситет. – М.: Юрайт, 2014. – 467 с.
11. Петров А.М. Учет и анализ: Учебник / А.М. Петров, Е.В. Басалаева, Л.А. Мельникова; Финуниверситет ; под ред. А.М. Петрова - М.: Курс, 2012, 2013, 2015 - 509 с./ЭБС ZNANIUM
12. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа: Пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – 12-е изд. – М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2013. – 928 с.

13. Управление предпринимательской фирмой [Электронный ресурс]: Учебник/Г.В. Широкова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПбГУ: изд –во «Высшая школа менеджмента», 2011– 384с.
14. Управленческий учет. 12-е изд./ Пер. с англ. под ред. М.А. Карлика. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
15. Управленческие решения: технология, методы и инструменты: Учебное пособие / П.В. Шеметов [и др.] - М.: Омега-Л, 2014 - 398 с.
16. Финансовый менеджмент: учебник для студ. вузов, обуч. по спец."Финансы и кредит", "Бух. учет, анализ и аудит" / Е.И. Шохин [и др.]; под ред. Е.И. Шохина - М.: Кнорус, 2011, 2012 - 475 с./ЭБС BOOK.RU

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

9. <http://elib.fa.ru/> - Электронная библиотека Финансового университета
10. <http://www.garant.ru> – Сайт правовой системы «Гарант»
11. <http://www.spark-interfax.ru> - Система профессионального анализа рынков и компаний
12. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

1.2. Вопросы на основе содержания профиля «Маркетинг»

1. Исследование особенностей маркетинга на разных стадиях жизненного цикла товаров.
2. Особенности маркетинга организаций в условиях финансово-экономического кризиса.
3. Исследование покупательских намерений и покупательских предпочтений в условиях турбулентности рынка.
4. Каналы товародвижения: виды и критерии выбора.

5. Коммуникативная политика в системе международного маркетинга. Особенности международного маркетинга в условиях международных санкций.
6. Контроль, оценка и аудит маркетинга.
7. Концепция жизненного цикла товара.
8. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях финансового кризиса.
9. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние международных санкций на деятельность российских организаций.
10. Международный рынок как объект исследования. Цели, объекты и методы исследования в международном маркетинге.
11. Методика проведения SWOT – анализа в маркетинге.
12. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос.
13. Направления и методы исследования цен. Характерные черты ценообразования в условиях импортозамещения.
14. Общественное мнение и его основные характеристики.
15. Организаторы оптового оборота: понятие, их роль в коммерческом маркетинге. Влияние международных санкций на оптовый оборот российских организаций.
16. Организация сервисной политики в маркетинге.
17. Основные направления рекламной деятельности предприятия.
18. Основные объекты исследования рынка. Требования, предъявляемые к рыночному исследованию.
19. Основные принципы, формы и методы работы с журналистами и подачи информации для СМИ.
20. Оценка конъюнктуры и емкости товарных рынков в условиях турбулентности рынка.
21. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

22. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники ее получения.
23. Принципы планирования и работы отдела по связям с общественностью.
24. Особенности работы отдела по связям с общественностью в организации. Подходы к организации PR – мероприятий в условиях международных санкций.
25. Разновидности PR-документов для СМИ. Методы написания и предоставления.
26. Сегментирование рынков: понятие и требования к проведению.
27. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы.
28. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы увеличения продаж товаров отечественного производства в условиях импортозамещения.
29. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.
30. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.
31. Структура и состав информационной системы маркетинга.
32. Сущность b2b маркетинга, основные инструменты.
33. Сущность и роль брендинга в маркетинговой деятельности.
34. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы.
35. Сущность маркетинговых исследований и их роль в обеспечении информационно-аналитических потребностей организации.
36. Техника подготовки анкет и проведения опросов.
37. Управление маркетинговой деятельностью коммерческой организации в условиях турбулентности рынка.
38. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.
39. Формирование ассортиментной политики организации. Влияние политики импортозамещения на ассортиментную политику российских организаций.
40. Франчайзинг: понятие и его роль в организации каналов распределения.

41. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.
42. Характеристика видов и особенностей интернет-рекламы.
43. Характеристика качественных маркетинговых исследований.
44. Характеристика маркетинга услуг.
45. Характеристика механизма взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства.
46. Характеристика основных моделей поведения потребителей. Особенности поведения потребителей в условиях финансово-экономического кризиса.
47. Характеристика основных составляющих комплекса маркетинга (4-P).
48. Характеристика влияния внешних факторов на поведение потребителей.
49. Ценообразование в международном маркетинге.
50. Эволюция концепций маркетинга. Современная социально-этическая концепция маркетинга.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену

Законодательные и нормативные акты.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1. Часть 2. Часть 4. (с посл. изм.)
2. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
3. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996. №2-ФЗ, с изм. и доп.).
4. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» 27.07.2006. № 149-ФЗ. (с изм. и доп.).
5. Федеральный закон РФ «О рекламе» 13.03.2006 №38ФЗ (изм. и доп.).

Основная литература:

6. Инновационный маркетинг: Учебник для магистров. /Под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2016. – 368 с.

7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подг. «Маркетинг» и другим экономич. спец.; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-изд. – М.: Дашков и К, 2013. – 448 с.

8. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие для бакалавров / под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2012. – 408 с.

9. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для бакалавров / Азарова С.П. [и др.] ; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2014. – 315 с. – Серия Бакалавр. Базовый курс.

10. Маркетинговые коммуникации / под ред. Романенковой О.Н.- М.: Юрайт, 2014.

11. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью / И. М. Синяева. - М.: Юрайт, 2013.

12. Финансовый маркетинг: теория и практика: Учебник для магистров,Финуниверситет;Под общ. ред. С.В.Карповой.-М.:ЮРАЙТ,2013.-424с.ЭБС ЮРАЙТ

Дополнительная литература:

13. Интернет-маркетинг. Учебник для академического бакалавриата под общ. ред. О. Н. Романенковой . — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 288 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

14. Карпова С.В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко ; под общ. ред. С.В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 439 с. – Серия: Бакалавр. Прикладной курс.

15. Карпова С.В. Маркетинг. Практикум: учеб. пособие для академического бакалавриата / под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2015. – 325 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.

16. Маркетинг. Теория и практика: учебник для бакалавров / Синяева И.М., Романенкова О.Н. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2013. – 665 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс.

17. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции: Учебник /Под ред. Л.П.Дашкова. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2012.ЭБС: знаниум

18. Поведение потребителей: Учебник / Бугакова Н.П. [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 320 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

13.<http://elib.fa.ru/> - Электронная библиотека Финансового университета

14.<http://www.garant.ru> – Сайт правовой системы «Гарант»

15.<http://www.spark-interfax.ru> - Система профессионального анализа рынков и компаний

16. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

17. www.gks.ru - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации.

18. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

19.www.znanium.com - Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»

2.Примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий

Задание 1.

Рекламная компания на торговой фирме проводилась с 11 по 18 апреля текущего года. Исходные данные следующие:

· фактическая реализация товара до рекламных мероприятий составила 140 тыс. руб.;

- фактическая реализация товара за апрель составила 460 тыс. руб.;
- торговая надбавка – 15 %;
- на проведение рекламных мероприятий израсходовано 2,65 тыс. руб.;
- торговая фирма имеет единый выходной день в неделю.

Задание:

1. Определите экономическую эффективность рекламных мероприятий.
2. Считаете ли Вы, что рекламная кампания была эффективной. Ответ обоснуйте.

Задание 2.

ПАО «Интерпром» изготавливает декоративные решетки, металлические двери, сейфы и др. металлоконструкции для реализации на рынке города. На рынке действуют три фирмы. Известно, что за 2014 год ПАО «Интерпром» было реализовано продукции на 133 тыс. руб.; фирмой, которая является вторая на рынке – на 140 тыс. руб.; доля рынка, которую контролирует лидер, составляет 45%.

Задание:

1. Определите емкость рынка металлоизделий, доли рынка фирм, а также объемы реализации продукции фирмы-лидера.
2. Выберите стратегию поведения ПАО «Интерпром» при условии, что предприятие является финансово устойчивым.

Задание 3.

К владельцу франшизы розничного специализированного розничного предприятия, реализующему детскую одежду, обратились два потенциальных покупателя франшизы из региона, в котором планируется заключить только один договор коммерческой концессии. Правообладатель заинтересован в работе только с одним франчайзи на данной территории, помогите ему выбрать партнера по бизнесу, если известно, что финансовое положение обоих предпринимателей одинаковое.

Задание:

1. Назовите критерии выбора партнера по бизнесу.

2. Составьте портрет «идеального» франчайзи, обоснуйте Ваше мнение.

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому междисциплинарному экзамену

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен. Пользуйтесь при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также лекционными конспектами, которые вы составляли.

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, лабораторные и курсовые работы.

В процессе подготовки ответа на вопросы необходимо учитывать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня.

Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

4. Критерии оценки результатов сдачи итогового междисциплинарного экзамена

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

Максимальное количество баллов (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент глубоко и полно раскрывает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению, и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы.

Количество баллов за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета снижается, если студент недостаточно полно освещает узловые моменты

вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

Минимальное количество баллов (3 балла) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент не раскрывает основных моментов вопроса, логика изложения нарушена, ответы не всегда конкретны.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно, ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ФГОС ВО в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

Критерии оценки умений выпускников в ходе решения комплексных профессионально-ориентированных заданий:

Максимальное количество баллов (5 баллов) ставится, если выпускник полностью справился с выполнением комплексного профессионально - ориентированного задания, обосновал полученные результаты.

Количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании результатов.

Минимальное количество баллов (3 балла) ставится, если комплексное профессионально-ориентированное задание, в основном, выполнено, намечен правильный ход решения, но допущены ошибки в процессе подсчетов, расчетов, в формировании выводов.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если отсутствует ответ на комплексное профессионально-ориентированное задание, либо нет решения, что означает несоответствие уровня подготовки выпускника требованиям к результатам освоения образовательной программы, включая дополнительные профессиональные компетенции, формируемые вузом.