

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

Департамент менеджмента

Карпова С.В., Панюкова В.В.

Программа государственного экзамена

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

(заочная форма обучения)

Москва 2017

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

Департамент менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____М.А. Эскиндаров

27.11.2017г.

Программа государственного экзамена

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
(протокол № 22 от 21 ноября 2017 г.)*

*Одобрено учебно-научным Департаментом менеджмента
(протокол № 9 от 8 ноября 2017 г.)*

Москва 2017

УДК 334.7(078)

ББК 65.290.5я73

К 26

Рецензенты:

Синяева И.М. – д.э.н., профессор Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ.

Карпова С.В., Панюкова В.В. Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Квалификация (степень) – бакалавр (заочная форма обучения). - М.: Финансовый университет, 2017. - 18 с.

Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (заочная форма обучения) соответствует требованиям Образовательного стандарта высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденным приказом Финуниверситета от 30.12.2014 №2571/о (с изменениями, внесенными приказами Финуниверситета от 30.11.2015 № 2575/о, 10.10.2016 № 1932/о, 07.12.2016 № 2389/о).

Программа содержит перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, соответствующий теоретическому материалу, а также примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий, перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену, рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена.

© Финансовый университет, 2017
© Карпова С.В., Панюкова В.В., 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.	5
2. Примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий	15
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	18
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	19

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с Образовательным стандартом высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденным приказом Финуниверситета от 30.12.2014 №2571/о (с изменениями, внесенными приказами Финуниверситета от 30.11.2015 № 2575/о, 10.10.2016 № 1932/о, 07.12.2016 № 2389/о) государственный экзамен, как форма итоговой государственной аттестации, направлен на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников бакалавриата требованиям образовательного стандарта.

Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (заочная форма обучения) в соответствии с приказом Финуниверситета № 0782/0 от 13 апреля 2017 года «Об утверждении Порядка разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете».

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

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

1. Функции менеджмента – планирование, организация, мотивация и контроль.
2. Развитие управленческой науки. Школы управления.
3. Типы организационных структур, их характеристики. Формальные и неформальные организационные структуры, департаментализация.

4. Понятие внешней среды: основные характеристики и параметры измерения. Стратегический анализ и диагностика внешней среды (5 сил Портера, PEST) Стратегии адаптации организации к внешней среде
5. Системный подход к исследованию организаций. Открытые и закрытые организационные системы. Организация как социально-экономическая система.
6. Организационная культура: понятие, основные функции. Роль организационной культуры при разработке и принятии управленческих решений.
7. Коммуникации в организации и их виды. Элементы коммуникационного процесса. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.
8. Комплекс функций маркетинга. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности компании.
9. Виды маркетинговых исследований. Использование полученной информации для формирования стратегии фирмы.
10. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы.
11. Ценообразование и ценовая политика компании. Влияние ценовой политики на показатели деловой активности компании.
12. Этапы создания бренда. Влияние бренда на капитализацию компании.
13. Сбытовая деятельность фирмы: способы организации и каналы распределения. Сбытовые стратегии и их влияние на формирование себестоимости и прибыли, исходя из различных методов учета себестоимости.
14. Система управления персоналом организации: основные функции, современные концепции развития персонала. Формы и методы планирования и оценки персонала.
15. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала. Виды и методы стимулирования работников с разными типами трудовой мотивации. Анализ затрат на содержание и развитие персонала.
16. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Управленческий учет как информационная база принятия стратегических решений.

17. Стратегический процесс: анализ внешней и внутренней среды; формирование стратегии и ее реализация. SWOT- анализ.
18. Иерархия стратегий организации. Базовые корпоративные стратегии: роста, стабилизации, выживания, сокращения.
19. Портфельный анализ. Матрица БКГ, Мак Кинзи. Ограничения матричного метода.
20. Модели и методы процесса принятия решения. Качественные и количественные методы и применение моделирования при разработке управленческих решений.
21. Функции финансов. Финансово-кредитные инструменты для улучшения использования производственных ресурсов.
22. Основные показатели оценки финансового состояния компании. Влияние социальной ответственности на финансовый результат компании.
23. Состав и структура активов организации. Оценка основных и оборотных активов. Финансовая политика организации.
24. Управление запасами и дебиторской задолженностью. Показатели оборачиваемости и их влияние на финансовые показатели компании.
25. Бюджетирование и финансовое планирование в компании. Взаимосвязь с бизнес-планированием в компании.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Законодательные и нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1. Часть 2. Часть 4 (с посл. изм.)
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.).

Основная литература:

1. Арсенова, Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели:

Справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. — М. : Магистр: ИНФРА-М, 2014.— 246 с. — То же [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=432788>

2. Вахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / М.А. Вахрушина; М-во образ. и науки РФ. — 8-е изд., перераб. и доп. — М. : Национальное образование, 2012 [2013]. — 672 с. : ил., табл.

3. 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. — То же [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918443>

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

5. Маркетинг: теория и практика : Учебное пособие для бакалавров / Е.А. Боргард [и др.] ; Финуниверситет ; Российская ассоциация маркетинга ; под ред. С.В. Карповой.— М. : Юрайт, 2012.— 409 с.

6. 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.

7. Андрейчиков А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений [Электронный ресурс]: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 396 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=363457>

8. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Пер. с англ.

под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. — М: Банки и биржи, ЮНИТИ, — 576 с.
– Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=458559>

9. Блинов А.О. Управление изменениями [Электронный ресурс] / Блинов А.О., Угрюмова Н.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=450815>

10. 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.

11. Шохин Е.И. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Е.И. Шохин под ред. и др. — Москва: КноРус, 2017. — 474 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/920293>

12. Морозко Н.И. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.И. Морозко, И.Ю. Диденко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=420363>

13. Ряховская А.Н. Экономика фирмы: Учебное пособие / Е.В. Арсенова [и др.]; Финуниверситет; под ред. А.Н. Ряховской. — М. : Магистр : Инфра-М, 2015 .— 511 с. То же [Электронный ресурс]. – 2014. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=438356>

Дополнительная литература:

1. Балдин К.В. Управленческие решения: [Электронный ресурс]: Учебник / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 7-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 496 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=327956>

2. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Электронный ресурс] / Ю. Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — 2-е изд. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=492721>

3. Богатырев Е.Д. Человеческий капитал в управлении результативностью // Экономика. Налоги. Право. — 2015. — № 4. - С.111-117 .— <ЭБ

Финуниверситета>.

4. 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.

5. Ван Хорн, Дж.К. Основы финансового менеджмента : пер. с англ. / Дж.К. Ван Хорн, Дж.М. Вахович мл..— 12-е изд. .— М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2006, 2007 .— 1225 с. : ил.

6. Карпова, С.В. Рекламное дело : Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова ; Финуниверситет. — 2-е изд., перераб. и доп. . — М. : Юрайт, 2014 .— 431 с.

7. Незамайкин В.Н. Финансовый менеджмент : Учебник для бакалавров / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова ; Финуниверситет.— М. : Юрайт, 2014 .— 467 с.

8. Учет и анализ [Электронный ресурс]: Учебник / А.М. Петров, Е.В. Басалаева, Л.А. Мельникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 512 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=494543>

9. Блинов А.О. Управление изменениями [Электронный ресурс] /Блинов А.О., Угрюмова Н.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=450815>

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 дисциплин профиля «Маркетинг»

1. Дайте характеристику комплекса маркетинга, используемого на рынке финансовых услуг.
2. Департамент маркетинга и его роль в стратегическом развитии организации.
3. Коммуникативная политика в системе международного маркетинга. Особенности международного маркетинга в условиях международных санкций.
4. Контроль, оценка и аудит маркетинга.
5. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики.
6. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние международных санкций на деятельность российских организаций.
7. Организации рекламной деятельности и правовые требования к ее осуществлению.
8. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники ее получения.
9. Поведения потребителей: понятие и характеристика основных моделей.
10. Понятие, виды и особенности развития брендинга. Роль бренда в формировании стратегии организации.
11. Понятие, характеристика и особенности применения маркетинговой информационной системы (МИС).
12. Разновидности PR-документов для СМИ. Методы написания и предоставления.
13. Раскройте сущность основных методов ценообразования в маркетинге. В каких случаях целесообразно применять затратные методы ценообразования?
14. Раскройте сущность связей с общественностью (PR) как элемента маркетинговых коммуникаций организации. Проанализируйте как меняется

содержание PR-мероприятий при продвижении товаров отечественных производителей в условиях импортозамещения.

15. Сегментация рынка: понятие, признаки и критерии, процесс проведения.

16. Стимулирование сбыта и продаж. Методы и приемы увеличения продаж в условиях неустойчивости.

17. Стратегии распределения в маркетинге: характеристика, классификация, особенности применения.

18. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.

19. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.

20. Сущность b2b маркетинга, основные инструменты.

21. Сущность маркетинговых исследований и их роль в обеспечении информационно-аналитических потребностей организации.

22. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.

23. Формирование ассортиментной политики. Сущность и преимущества применения категорийного менеджмента.

24. Франчайзинг: понятие и его роль в организации каналов распределения.

25. Эволюция концепций маркетинга. Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг: сходства и различия.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному 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 бакалавриата и магистр. / Азарова С.П. и др. / Под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2016. – 358 с. Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru>

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

8. 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.

9. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Под ред. Романенковой О.Н.- М.: Юрайт, 2014. ЭБС: Юрайт

10. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О.Н. Романенкова. - М.: Юрайт, 2013.

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

Дополнительная литература:

13. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник / И.М. Синяева [и др.]; под ред. И.М. Синяевой - М.: Юнити, 2012 - 504 с.; То же 2015 [Электронный ресурс].- Режим доступа:<http://biblioclub.ru/>

14. Интернет-маркетинг. Учебник для академического бакалавриата/ Под общ. ред. О. Н. Романенковой . — М. : Юрайт, 2015. — 288 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

15. Карпова С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; Финуниверситет ; под общ. ред. С.В. Карповой - М.: Юрайт, 2014, 2015 - 439 с.; То же 2017 [Электронный ресурс] - Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru>

16. Карпова С.В. Маркетинг. Практикум: учеб. пособие для академического бакалавриата /Под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2015, 2016. – 325 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс. Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru/>

17. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова; Финуниверситет - М.: Юрайт, 2014 - 431 с. - То же 2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru>

18. 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.

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

20. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов; Финуниверситет - М.: Юрайт, 2013, 2014 - 552 с.; То же 2017 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/>

21. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 320 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Сайт правовой системы «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>

2. Электронная библиотека Финансового университета –
[//http://www.elib.fa.ru/](http://www.elib.fa.ru/)
3. Каталог франшиз – [//http://www.franchay.ru/](http://www.franchay.ru/)
4. Система профессионального анализа рынков и компаний –
[//http://www.spark-interfax.ru/](http://www.spark-interfax.ru/)
5. Сайт правовой системы «Гарант» – [//http://www.garant.ru/](http://www.garant.ru/)
6. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере
защиты прав потребителей и благополучия человека –
<http://www.rospotrebnadzor.ru/>
7. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» –
[//http://www.znanium.com/](http://www.znanium.com/)
8. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://www.biblio-online.ru/>
9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека
ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
10. База информационных материалов электронных и печатных средств
массовой информации Public.ru <http://public.ru/>
11. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru/>

2. Примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий

Задание 1.

В Москве действует узкоспециализированная торговая организация, которая продает три категории товаров. Данные об объеме продаж и цене товаров представлены в табл. 1. Руководство организации за отчетный период в основном работало с ключевыми клиентами. В 2017 году планируется расширение клиентской базы.

Таблица 1. Характеристика объема продаж торгового предприятия

Категории товаров	Продано, ед.		Цена за ед., руб.	
	в базисном периоде	в отчетном периоде	в базисном периоде	в отчетном периоде

А	150	140	150	200
Б	255	270	250	230
В	350	370	100	150

Задание:

1. Рассчитайте индексы: товарооборота, физического объема товарооборота, цен постоянного состава, цен переменного состава.

2. Сделайте выводы об эффективности деятельности организации за анализируемый период и о тенденциях изменения товарооборота по категориям товаров.

Задание 2.

Отделом маркетинга производителя легковых автомобилей проведено исследование, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 1. Объем продаж автомобилей, тыс. шт.

Годовой доход семьи, тыс. руб.	Объем продаж, тыс. шт., в зависимости от возраста покупателей, лет					
	20-25	26-30	31-40	41-50	51-60	Свыше 60
До 50	9	10	7	9	9	25
60-100	15	22	15	12	12	8
110—150	18	48	40	36	19	9
160—200	6	23	36	35	15	3
210—250	2	9	16	18	8	3
Свыше 250	-	-	5	5	3	-

Задание:

Каковы приоритетные для этой компании сегменты исходя из данных, приведенных в таблице 1? Ответьте на следующие вопросы:

1. Выполните сегментирование рынка по двум критериям (возрасту и годовому доходу покупателей).

2. Представьте решение графически.

3. Определите границы целевого рынка и его долю в совокупном объеме продаж. За критерий минимального объема продаж следует взять 15 тыс. автомобилей.

4. Выберите сегменты, на которые предприятию следует направить максимальные усилия и ресурсы.

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.

Задание 4.

Сеть автомобильных заправок имеет на местном рынке четырех крупных конкурентов.

Клиентам, помимо основной услуги, организация предлагает услуги по ремонту автотранспорта, продовольственные товары, товары первой необходимости. Сеть заправочных станций организации расположена, преимущественно, вне городской черты у крупных населенных пунктов.

Организация имеет договоры на обслуживание с двумя автотранспортными организациями, работающими в регионе.

Задание:

1. Дайте характеристику факторов маркетинговой среды, которые могут повлиять на работу организации.
2. Опишите целевые сегменты, на которые может ориентироваться организация. В чем их преимущества и недостатки?

Задание 5.

Перед руководством коммерческой организации стоит задача выбора одного перевозчика для осуществления поставки товаров в магазины сети до открытия распределительного центра.

Таблица 1. Показатели качества транспортных услуг

Перевозчик	Коэффициент удовлетворения установленного спроса по объему перевозок	Коэффициент Ритмичности	Степень сохранности груза	Коэффициент соблюдения сроков доставки
Первый	0,90	0,85	0,78	0,82
Второй	0,83	0,87	0,80	0,84
Третий	0,78	0,89	0,83	0,79

Задание:

Определите, какого из перевозчиков выберет руководство торговой организации, если известно, что при одинаковой цене за перевозку, они оказывают услуги различного качества (табл. 1). При выборе перевозчика основное внимание уделяется сохранности груза, на втором месте по важности для него находится ритмичность перевозок. Обоснуйте Ваш ответ.

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному 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.

При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы.

При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня и опытом, полученным в период прохождения практики.

В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

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 ОС ФУ 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 и неверно сформулированных 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.

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменующихся каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого студента, используя сумму баллов, полученную после заполнения листа оценки студента.

Далее государственная экзаменационная комиссия рассматривает каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.