

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя:  
Директор РГ «Сибيريا Про»

  
А.Б. Кишов



УТВЕРЖДАЮ:

Директор  
ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда  
России  
Н. Н. Агарков

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ  
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА  
Специальности 42. 02. 01 РЕКЛАМА  
базовая подготовка

РАССМОТРЕНО:  
на заседании МК специальности Реклама  
Протокол № 11 от 18.05.2021г.  
Председатель МК  
Осколкова Е.А.

Организация-разработчик:  
федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчики:

Бенюх Э.Р. – преподаватель  
Маянская А.С. – преподаватель

Рецензенты:

Кишов А.Б. Директор Рекламной группы «Сибيريا Про»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств ПМ. 04.....	4
2. Оценка освоения междисциплинарных курсов.....	6
3. Требования к дифференцированному зачету по учебной практике....	8
4. Структура контрольно-оценочных материалов для экзамена (квалификационного).....	9
Приложение 1. Задания для оценки освоения МДК.....	19
Приложение 2. Контрольно-проверочные задания по практике.....	30
Приложение 2.1 Документация по практике.....	31
Приложение 3. Задания для экзамена квалификационного.....	35

## 1. Паспорт

### комплекта контрольно-оценочных средств оценки профессиональных компетенций ПМ. 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» и соответствующих профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ППСЗ в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный).

Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен /не освоен».

#### 1.1 Формы контроля и оценивания элементов ПМ 02 Организация производственной деятельности структурного подразделения.

Элемент	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК 04.01	-	Практическая работа, тесты
МДК 04.02	Защита бизнес-плана	Практическая работа, тесты
УП	Дифференцированный зачет	Практическая работа

#### 1.2 Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций ПМ. 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих общих компетенций:

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация устойчивого интереса к выбранной профессии, понимания её сущности и социальной значимости
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Умение эффективно организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Результативность анализа рабочей ситуации, осуществление текущего и итогового контроля, оценки и коррекции собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного роста	Результативность осуществления эффективного поиска необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач с

	использованием различных источников, включая электронные
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Результативность и эффективность использования новых ИКТ технологий (или их элементов) при осуществлении профессиональной деятельности
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Демонстрация устойчивых навыков эффективного взаимодействия со всеми участниками образовательного процесса в период обучения
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Использование методов стимулирования деятельности членов профессионального коллектива. Оценивание уровня ответственности за результат деятельности.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельное освоение дополнительных профессиональных компетенций. Участие в профессиональных конкурсах и общественной деятельности образовательного учреждения.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Изучение и анализ инноваций в области разработки технологических процессов профессиональной деятельности
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Эффективность использования в работе полученных ранее знаний и умений. Использование знаний и навыков общения на иностранном языке.

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных компетенций:

<b>Предмет(ы) оценивания</b>	<b>Объект оценивания</b>	<b>Показатели оценки</b>
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Процесс, продукт (составление плана деятельности)	Точность и грамотность планирования
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Продукт, процесс: (изготовление рекламного продукта)	Соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Продукт: (составление документации)	Грамотность составленной документации

## 2. Оценка освоения междисциплинарных курсов

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка знаний и умений.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:  
уметь:

У1	Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
У2	Работать с рекламой в средствах массовой информации;
У3	Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
У4	Проводить презентацию рекламного продукта;
У5	Подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав

знать:

З1	Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
З2	Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
З3	Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
З4	Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
З5	Аспекты планирования рекламы;
З6	Этапы принятия и реализации управленческих решений;
З7	Классификацию целей менеджмента

Оценка теоретического курса профессионального модуля ПМ 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Раздел, тема	Наименование разделов и тем	№ задания	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые ОП, ПК	Форма и методы контроля Формулировка задания
<b>Раздел 1</b>	<b>МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>				
<b>Раздел 1</b>	<b>Менеджмент</b>				
Тема №1.	Элементы организации и процесса управления	№1	31,32,33; У6.	ОК.2,ОК4, ОК5	Подготовка сообщения
Тема №2	Связующие процессы	№2	35,У5.	ОК7,ОК6, ПК2.1	Практический тренинг «Обратная связь» и «Разработка управленческих решений»
Тема №3	Функции менеджмента	№3	34,36; У2,У3;	ОК2,ОК3, ОК8	Тестовое задание
Тема №4	Групповая динамика и руководство	№4	37,У4; ОК5,	ОК4, ОК6, ОК8	Подготовка рефератов на заданную тему

<b>Раздел 2</b>	<b>Экономические основы рекламной деятельности</b>				
<b>Тема 1.1</b>	Организация предприятия в условиях рыночной экономики		<b>З 1, З 2, ЗЗ, З4, З5</b>	<b>ОК-2, ОК- 4 ОК-6 ОК 7 ПК 4.1, ПК4.2</b>	Решение тестовых заданий
<b>Тема 1.2</b>	Планирование рекламной деятельности.				
<b>Тема 1.3</b>	Система бюджетирования рекламной деятельности предприятия.				
<b>Тема 2.1</b> <b>Тема 2.2</b>	Оценка эффективности рекламной деятельности. Экономические показатели деятельности рекламной организации.		<b>З 1, З 2, ЗЗ, З4, З5</b>	<b>ОК-2, ОК- 4 ОК-6 ОК 7 ПК 4.1, ПК4.2</b>	Решение тестовых заданий
<b>Промежуточная аттестация</b>			<b>У(1-5) З (1-7)</b>	<b>ОК 1-11 ПК 4.1; ПК 4.2 ПК 4.3</b>	

### **3. Требования к дифференцированному зачету по учебной практике**

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональных и общих компетенций. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

**практический опыт:**

ПО1 – планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

ПО2 – контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

ПО3 – взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

ПО4 – подготовки документации для регистрации авторских прав.

**умения:**

У1 - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

У2 - работать с рекламой в средствах массовой информации;

У3 - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

У4 - проводить презентацию рекламного продукта;

У5 - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.



### 3.1 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.04 по разделам и темам.

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	Формулировка задания
МДК 04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			
Раздел 1.1	Менеджмент			
Тема 1	Организационное проектирование	32,36; 37 У3.	ОК.2,ОК4,ОК5. ПК 4.1, 4.2	Подготовка и презентация ОС и ОСУ.
Тема 2	Управленческое общение.	32,36; 37 У3.	ОК7,ОК6, ПК	Практический тренинг.
Тема 3	Технология организации и проведения делового совещания	32,36; 37 У3.	ОК.2,ОК4,ОК5. ПК 4.1, 4.2	Подготовка и проведение совещания, составление презентации
Раздел 1.2	Экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1	Издержки производства в рекламе	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Составить калькуляцию затрат на изготовление рекламного буклета
Тема 2	Бюджет в рекламной деятельности	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Разработка бюджета в рекламной деятельности
Тема 3	Экономическая эффективность рекламной деятельности	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Расчет экономической эффективности рекламной деятельности

## Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Планирование деятельности менеджера. Составление схем ОСУ на основе штатного расписания	<b>ПО3</b> ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У3, У4
Выбор управленческих решений в конкретных ситуациях. Распределение полномочий и ответственности. Мотивация персонала к трудовой деятельности.	<b>ПО3</b> ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У3, У4
Конфликтные ситуации и пути их разрешения. Составление плана проведения совещания, переговоров, беседы.	<b>ПО3</b> ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК10 У 1, У3, У4
Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы	ПО 1 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У5
Разработка бюджета в рекламной деятельности	ПО 1, ПО2, ПО 3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК10 У 1, У5
Расчет экономической эффективности рекламной деятельности	ПО 1, ПО2, ПО 3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК10 У 1, У5

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения контрольно-проверочного задания,
- данных аттестационного листа-характеристики (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы с практики и оценки за контрольно-проверочное задание. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

#### **4. Структура контрольно-оценочных материалов для экзамена (квалификационного)**

Студент допускается к экзамену при условии наличия положительных оценок за элементы модуля (МДК и практики), которые отражаются в сводной ведомости ПМ (Приложение 3.1)

*Задания к экзамену формируются 3 способами:*

- 1. Задания, ориентированные на проверку освоения вида деятельности (всего модуля) в целом.*
- 2. Задания, проверяющие освоение группы компетенций, соответствующих определенному разделу модуля.*
- 3. Задания, проверяющие освоение отдельной компетенции внутри ПМ.*

Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен/не освоен».

При принятии решения об итоговой оценке по профессиональному модулю учитывается роль оцениваемых показателей для выполнения вида профессиональной деятельности, освоение которого проверяется. При отрицательном заключении хотя бы по одному показателю оценки результата освоения профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен». При наличии противоречивых оценок по одному и тому же показателю при выполнении разных видов работ, решение принимается в пользу обучающегося.

#### **Пакет материалов для экзамена (квалификационного)**

1. Перечень вопросов (с перечнем справочной литературы и других источников информации)
2. Перечень практических заданий (задач)
3. Билеты
4. Критерии оценки
5. Пакет экзаменатора

*Экзаменационная комиссия оценивает владение студентами полным перечнем ПК и ОК в соответствии с ФГОС. Оценивается качество выполнения студентами экзаменационных заданий и материалов портфолио, в соответствии с разработанными критериями.*

**Задания для оценки освоения МДК**

**Задание №1**

**Раздел Менеджмент**

**Текст задания:**

Тест для контроля по разделу.

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
34,36 ; У2,У3. ОК2,ОК3,ОК8.	ПРОДУКТ - ТЕСТ	Качество выполнения ТЕСТА	Соответствие требованиям ( см. УВЗ)

**(УВЗ) Условия выполнения задания**

1. Тест – 18 вопросов (2 варианта)
2. Место проведения – учебная аудитория.
3. Время выполнения – 45 минут.

Тесты для контроля знаний по разделу:

**Задание #1**

*(Выберите правильные ответы)*

Перечислите вторичные потребности человека

Выберите несколько из 5 вариантов ответа:

1)	признание и самоутверждение	4)	безопасность и защищенность
2)	физиологические потребности	5)	принадлежность и причастность
3)	самовыражение		

**Задание #2**

*(Выберите правильные ответы)*

Перечислите первичные потребности человека

Выберите несколько из 5 вариантов ответа:

1)	безопасность и защищенность	4)	самовыражение
2)	физиологические потребности	5)	признание и самоутверждение
3)	принадлежность и причастность		

**Задание #3**

*(Выберите правильные ответы)*

**К основным функциям менеджмента, входящим в общепринятую классификацию, относятся...**

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

1)	мотивация	3)	контроль
----	-----------	----	----------

2)	планирование	4)	финансирование
----	--------------	----	----------------

#### Задание #4

*(Выберите единственно правильный ответ)*

**К функциям менеджмента, выполнение которых возможно только на основе накопленного опыта, относятся...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	мотивация
2)	организация
3)	прогнозирование
4)	планирование

#### Задание #5

*(Выберите правильные ответы)*

**Решение специальных вопросов деятельности предприятия одной структурной единицей осуществляется при использовании таких типов структур, как...**

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

1)	линейная	3)	линейно-функциональная
2)	матричная	4)	функциональная

#### Задание #6

*(Выберите единственно правильный ответ)*

**К мотивам трудовой деятельности не относятся мотивы...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	объединения	3)	приобретения
2)	безопасности	4)	подчинения

#### Задание #7

*(Выберите единственно правильный ответ)*

**Горизонтальные связи в структуре управления организацией являются одноуровневыми и носят характер...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	согласования	3)	взаимного подчинения
2)	кооперации	4)	доверия

#### Задание #8

*(Вставить слово)*

**В теории менеджмента под \_\_\_\_\_ понимается передача задач управления и полномочий лицу, которое принимает на себя ответственность за их выполнение на основе использования полученных полномочий...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	делегированием	3	децентрализацией
2)	централизацией	4	«маятником концентрации»

### Задание #9

**Назовите методы, входящие в группу организационно-регламентирующих методов управления...**

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

1)	инструкция	3	убеждение
2)	приказ	4	премирование

### Задание #10

**В менеджменте некая группа может считаться организацией, если члены этой группы...**

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

1)	работают в одном офисе	3	связаны друг с другом с помощью информационных потоков
2)	намеренно работают вместе, чтобы достичь значимой для всех цели	4	тесно связаны друг с другом

### Задание #11

**В теории менеджмента стремление быть лучшим в чем-либо, ориентация на высокие результаты и качество – это мотивация...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	компетентности	3	власти
2)	достижений	4	принадлежности к группе

### Задание #12

**Менеджмент – это...**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	деятельность, направленная на получение прибыли на основе эффективного использования материальных и человеческих ресурсов	3	вид профессиональной деятельности
2)	способ управления	4	наука управлять

### Задание #13

**Какие работники являются менеджерами?**

Выберите несколько из 10 вариантов ответа:

1)	+	член Совета директоров АО	+ начальник цеха завода
2)	+	бригадир строительной бригады	+ председатель правления банка
3)	-	преподаватель вуза	участковый врач

4)	+	главный врач поликлиники	<b>генеральный директор производственного объединения</b>
5)	-	инженер - проектировщик	<b>начальник отдела сбыта</b>

#### Задание #14

Организация – это...

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	структура взаимодействия людей для достижения общей цели	3	процесс взаимодействия людей для достижения общей цели
2)	группа людей объединенных общей целью	4	группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели

#### Задание #15

**Внешняя среда прямого воздействия на организацию – это:**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	-	акционеры, конкуренты, поставщики
2)	+	все перечисленное
3)	-	правительственные органы, местные органы власти
4)	-	потребители, торговые предприятия, местные органы власти

#### Задание #16

**Решение о распределении полномочий между руководителями принимается в процессе:**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	планирования	3	исследования
2)	контроля	4	организации

#### Задание #17

**Процесс делегирования полномочий включает в себя передачу полномочий от старшего руководителя нижестоящим руководителям на выполнение специальных заданий. Какая ситуация свойственна этому процессу?**

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	передается ответственность нижестоящему руководителю
2)	передаются полномочия нижестоящему руководителю, а всю ответственность продолжает нести старший руководитель
3)	передаются полномочия и ответственность нижестоящему руководителю
4)	назначается новый, равный по рангу руководитель и ему передается вся ответственность

#### Задание #18

**Система контроля в организации обычно состоит из:**



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	+	предварительного, текущего и заключительного
2)	-	предварительного и заключительного
3)	-	только из текущего контроля
4)	-	текущего и заключительного

### Задание #19

Что не входит в пирамиду потребностей А.Маслоу?

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

1)	потребность в принадлежности	3	потребность во власти
2)	потребность в самовыражении	4	потребность в безопасности

### Задание #20

К экономическим методам управления относят

Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	все перечисленное	3	система заработной платы и премирования
2)	издание приказов и распоряжений	4	внушение убеждение

### Задание #21

Сопоставьте понятия и их определение...

Укажите соответствие для всех 3 вариантов ответа:

1)	Линейно-функциональная (штабная) структура управления	А	тип организационной структуры, которая организуется путем совмещения структур двух типов: линейной и программно-целевой
2)	Матричная структура управления	Б	иерархическая система руководителей, каждый из которых осуществляет единоличное управление подчиненными ему руководителями нижестоящей ступени, выполняя все функции управления
3)	Линейная структура управления	В	иерархическая система линейных руководителей, при каждой из которых имеется штаб (аппарат) управления, состоящий из отделов, специализирующихся на выполнении отдельных функций управления

### Задание #22

Организация должна состоять из:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	трех или более человек	3	более десяти человек
2)	хотя бы двух человек		

### Задание #23

Наличие в организации должностных инструкций позволяет:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	повысить квалификацию работников	3	четко распределить полномочия и зоны ответственности
2)	расширить предприятие, открыть филиал		

#### Задание #24

Делегирование полномочий — это:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	отказ от полномочий	3	превышение полномочий
2)	передача полномочий		

#### Задание #25

Поставщики, конкуренты, потребители, местные органы управления — это:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	-	факторы внутренней среды
2)	+	факторы внешней среды прямого воздействия
3)	-	факторы внешней среды косвенного воздействия

#### Задание #6

Какие из перечисленных ниже факторов относятся к факторам внутренней среды организации:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	-	цели, задачи, технология, реклама, персонал
2)	-	потребители, поставщики, местные органы управления
3)	+	цели, задачи, технология, структура, персонал

#### Задание #27

Какой организации не существует:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	-	неформальной
2)	-	формальной
3)	+	адаптивной

#### Задание #28

Как называется наиболее общая цель организации?

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	миссия	3	задача
2)	план		

#### Задание #29

Какую цель обычно организация перед собой не ставит?

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	приумножение прибыли	3	выживание
----	----------------------	---	-----------

2)	сокращение производства	
----	-------------------------	--

### Задание #30

Делегирование полномочий является:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	обязательным элементом управления	3	нежелательным элементом управления
2)	желательным элементом управления		

### Задание #31

*(выберите единственно верный ответ)*

Общие цели формируются и устанавливаются:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	+	на основе общей миссии организации
2)	-	верны оба ответа
3)	-	на основе ценностей и целей высшего руководства

### Задание #32

Анализ внешней среды организации производится с целью:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	-	определить ресурсный потенциал организации
2)	+	определить угрозы и возможности, с которыми сталкиваются организации
3)	-	определить сильные и слабые стороны организации

### Задание #33

Организации должны взаимодействовать с внешней средой для того, чтобы:

Выберите один из 3 вариантов ответа:

1)	+	получать ресурсы и находить потребителей для своей продукции
2)	-	осуществлять реализацию выпущенной продукции
3)	-	изучать ассортимент конкурентов

### Задание #34

Изучив картинку, определите какой тип имеет приведенная организационная структура управления?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	-	Программно-целевая
----	---	--------------------

2)	-	Линейно-функциональная
3)	-	Функциональная
4)	+	Линейная

### Задание #35

Какой тип имеет приведенная организационная структура управления (укажите правильный ответ)?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	-	Линейно-штабная
2)	+	Матричная
3)	-	Линейно-функциональная
4)	-	Программно-целевая

### Задание #36

Какая структура управления представлена на рисунке (укажите правильный ответ)?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	+	Линейно-функциональная	Матричная
2)	-	Линейная	Функциональная
3)	-	Программно-целевая	Линейно-штабная

## Раздел 2 Экономические основы рекламной деятельности. Предпринимательская деятельность в рекламе

- Тема 1.1** Организация предприятия в условиях рыночной экономики  
**Тема 1.2** Планирование рекламной деятельности.  
**Тема 1.3** Система бюджетирования рекламной деятельности предприятия.

### ЗАДАНИЕ № 2

Текст задания:

1. Решить тестовые задания.

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1, 31,32,33 ОК.2,ОК.4, ОК.5, ОК. 6 ПК 4.1; 4.2	ПРОДУКТ (тест)	Качество теста	Соответствие требований (см. УВЗ)

**(УВЗ) Условия выполнения задания**

- 1 Тест – 17 вопросов.  
 2 Место проведения – учебная аудитория.  
 3 Время выполнения – 45 минут.

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
80-100	5	Отлично
60-79	4	Хорошо
40-59	3	Удовлетворительно
менее 40	2	Неудовлетворительно

1. Под обоснованными расходами понимаются ...

- а) экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме;
- б) затраты, подтвержденные документами, оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- в) любые затраты, произведенные для осуществления деятельности, направленной на получение дохода;
- г) затраты, обусловленные целями получения доходов, удовлетворяющие принципу рациональности и обусловленные обычаями делового оборота.

2. Какие расходы включены в расходы, связанные с производством и (или) реализацией?

- а) расходы на оплату труда, материальные расходы, суммы начисленной амортизации;
- б) расходы на освоение природных ресурсов, расходы на содержание переданного по договору аренды (лизинга) имущества;
- в) материальные расходы, расходы на оплату труда;
- г) расходы в виде процентов по долговым обязательствам любого вида;
- д) прочие расходы.

3. Какие расходы относятся к материальным расходам?

- а) стоимость выдаваемых работникам бесплатно предметов, материалы на хозяйственное обслуживание;
- б) на приобретение сырья и (или) материалов;
- в) расходы на приобретение комплектующих изделий и полуфабрикатов, работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними организациями.

4. Что понимается под возвратными отходами?

а) попутная (сопряженная) продукция, получаемая в результате осуществления технологического процесса;

б) остатки товарно-материальных ценностей, которые в соответствии с технологическим процессом передаются в другие подразделения в качестве полноценного сырья (материалов) для производства других видов товаров (работ, услуг);

в) остатки сырья (материалов), полуфабрикатов, теплоносителей и других видов материальных ресурсов, образовавшиеся в процессе производства товаров (выполнения работ, оказания услуг), частично утратившие потребительские качества исходных ресурсов и в силу этого не используемые по прямому назначению.

5. Какие расходы не относятся к представительским?

а) расходы на рекламу;

б) расходы на проведение официального приема;

в) расходы на организацию развлечений, отдыха, профилактики или лечения заболеваний;

г) расходы на подготовку и переподготовку кадров.

6. В какой доле от стоимости тиража могут быть отнесены к прочим расходам потери в виде стоимости бракованной, а также нереализованной продукции средств массовой информации и книжной продукции, списываемой налогоплательщиками, осуществляющими производство и выпуск продукции средств массовой информации и книжной продукции?

а) до 5 %;

б) до 10 %;

в) до 15 %.

7. Какие расходы относятся к расходам на рекламу?

а) расходы на разработку, издание и распространение рекламных продуктов; на разработку, изготовление и распространение эскизов этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки;

б) на приобретение, изготовление и распространение рекламных сувениров, образцов, выпускаемой продукции;

в) на рекламные мероприятия через средства массовой информации; на световую и иную наружную рекламу;

г) на транспортное обеспечение доставки лиц к месту проведения мероприятия и обратно;

д) на изготовление визиток.

8. Какой метод использован при распределении затрат на изготовление рекламы, если их перечень следующий: материальные затраты, затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты?

а) по статьям калькуляции;

б) по экономическим элементам;

в) иной.

9. Какие из приведенных статей относятся к калькуляционным?

а) топливо и тепло на технологические цели, покупная электроэнергия;

б) амортизационные отчисления, прочие расходы;

в) цеховые расходы, общезаводские расходы;

г) затраты на оплату труда;

д) дополнительная заработная плата производственных рабочих, расходы на подготовку и освоение производства.

10. Назовите основные источники доходов рекламного агентства (РА)?

- а) средства от комиссионных вознаграждений со стороны клиентов-рекламодателей;
- б) средства от комиссионных вознаграждений со стороны владельцев средств массовых коммуникаций;
- в) гонорары, получаемые от клиентов-рекламодателей;
- г) надбавки, получаемые от продажи имеющихся материалов.
11. *Что понимается под валовым доходом?*
- а) сумма комиссии, полученной от средств распространения рекламы; комиссии, полученной за работы, выполненные для клиента не силами самого агентства, а также гонорара за работы, выполненные самим агентством;
- б) выполненные заказы, гонорар за работу;
- в) сумма платежа, включая доходную часть непосредственно РА.
12. *Экономическая прибыль — это ...*
- а) прибыль, остающаяся после уплаты налогов и отчислений;
- б) прибыль, учитывающая альтернативные издержки;
- в) прибыль как разница между ценой и бухгалтерскими издержками.
13. *К переменным издержкам при производстве рекламной продукции относятся?*
- а) аренда помещения, амортизация;
- б) оплата труда отдельных категорий работников, услуги сторонних организаций;
- в) заработная плата основных работников, стоимость основных материалов, топлива и покупной электроэнергии на технологические цели.
14. *Что понимается под медиабайингом?*
- а) услуги агентства по продажам рекламного пространства средства распространения рекламы от имени и по поручению владельца средств распространения рекламы;
- б) услуги агентств по закупкам рекламного пространства в средствах распространения рекламы в целях размещения рекламы;
- в) консультационно-правовые услуги по размещению рекламы и изготовлению рекламных продуктов.
15. *Что понимается под медиаселлингом?*
- а) услуги агентства по продажам рекламного пространства средства распространения рекламы от имени и по поручению владельца этих средств;
- б) услуги агентств по закупкам рекламного пространства в средствах распространения рекламы в целях размещения рекламы;
- в) услуги по заключению договоров на изготовление рекламы сторонними организациями;
- г) услуги по медиапланированию.
16. *Какие виды компенсаций от клиента существуют в рекламной сфере?*
- а) договорные платежи, компенсационные выплаты;
- б) комиссионные;
- в) комиссионные с гонораром;
- г) фиксированные гонорары;
- д) оплата по счетам;
- ж) спонсорские выплаты.
17. *Зависит ли прибыль рекламного агентства от размера оборота?*
- а) в основном зависит;
- б) не зависит;
- в) такой зависимости не установлено.

### ЗАДАНИЕ № 3

**Тема 2.1** Оценка эффективности рекламной деятельности.

**Тема 2.2** Экономические показатели деятельности рекламной организации.

Текст задания:

**1. Решить тестовые задания.**

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1, 31,32,33 ОК.2,ОК.4, ОК.5, ОК. 6 ПК 4.1; 4.2	ПРОДУКТ (тест)	Качество теста	Соответствие требований (см. УВЗ)

**(УВЗ) Условия выполнения задания**

1Тест – 17 вопросов.

2Место проведения – учебная аудитория.

3Время выполнения – 45 минут.

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
80-100	5	Отлично
60-79	4	Хорошо
40-59	3	Удовлетворительно
менее 40	2	Неудовлетворительно

1. Какой из перечисленных показателей является обобщающим критерием экономической эффективности общественного производства?

- а) трудоемкость продукции;
- б) материалоемкость продукта;
- в) капиталоемкость общественного производства;
- г) уровень производительности общественного труда;
- д) фондоемкость продукции.

2. Какой из показателей определяется отношением стоимости созданной продукции к стоимости основных производственных фондов?

- а) фондоотдача;
- б) фондоемкость;
- в) трудоемкость;
- г) рентабельность.

3. Как определяется материалоемкость продукта?

- а) как отношение материальных затрат (сырья, материалов) к числу рабочих, занятых в основной смене;
- б) как отношение материальных затрат (сырья, материалов, топлива, энергии и других предметов труда) без амортизации к валовому продукту;
- в) как отношение объема товарной продукции к стоимости сырья и материалов.

4. Какой из показателей характеризует эффективность деятельности персонала предприятия?

- а) производительность труда;
- б) фондовооруженность;
- в) фондоотдача;
- г) рентабельность продукции.

5. Что понимается под понятием «чистая прибыль»?

- а) разница между доходами и экономическими издержками;



- б) прибыль, остающаяся в распоряжении фирмы после выплаты налогов, отчислений, обязательных платежей;
- в) разница между ценой (доходами от продаж) и бухгалтерскими издержками;
- г) прибыль, идущая на расчеты с персоналом по оплате труда.
6. *Рентабельность продукции* — это ...
- а) отношение валовой прибыли к суммарной стоимости основных производственных фондов и оборотных средств;
- б) отношение расчетной прибыли к годовой себестоимости продукции;
- в) отношение расчетной прибыли к среднегодовой суммарной стоимости основных фондов и нормируемых оборотных средств.
7. *Какой из перечисленных показателей определяется отношением эффекта к капитальным вложениям?*
- а) показатель сравнительной эффективности;
- б) показатель общей экономической эффективности.
- в) показатель доходности;
- г) показатель конкурентоспособности.
8. *Какие из перечисленных показателей в условиях рыночной экономики служат основными критериями оценки эффективности деятельности фирм?*
- а) трудоемкость и материалоемкость;
- б) фондоотдача и фондоемкость;
- в) прибыль и рентабельность.
9. *Как называется показатель, определяемый по следующей формуле  $P_n = T_n + O_{n1} - O_{n2}$ , где  $T_n$  — объем товарной продукции по плану;  $O_{n1}$ ,  $O_{n2}$  — остатки нереализованной продукции на начало и конец планового периода?*
- а) объем реализованной продукции;
- б) объем товарной продукции;
- в) объем чистой продукции;
- г) валовая прибыль.
10. *Какой показатель характеризует конечный результат производственной и коммерческой деятельности предприятия?*
- а) годовая себестоимость продукции;
- б) валовой доход;
- в) валовая выручка;
11. *При соблюдении какого условия можно определить точку безубыточности?*
- а) объем продаж больше объема производства продукции;
- б) объем продаж равен объему производства продукции;
- в) объем продаж меньше объема производства продукции.
12. *Качество товара* — это ...
- а) важнейший показатель деятельности предприятия;
- б) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять потребности и запросы покупателей;
- в) степень соответствия выпущенного товара первоначальным параметрам, установленным предприятием;
- г) способность товара отражать ее реальную рыночную стоимость.
13. *Что понимается под маркетинговой коммуникацией?*
- а) процесс обмена информацией; совокупность сигналов, исходящих от фирмы в адрес различных аудиторий;
- б) набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка;

в) социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;

г) процесс оказания услуг по исследованию, прогнозированию и оценке рекламного рынка.

14. *Какие из перечисленных средств относятся к основным средствам маркетинговых коммуникаций?*

а) реклама;

б) меценатство;

в) раздача информационных материалов в местах продаж;

г) прямой маркетинг;

д) стимулирование сбыта;

е) паблик рилейшнз.

15. *Реклама — это ...*

а) любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора;

б) любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования;

в) привлечение внимания к товару, услуге конкретного производителя, торговца, посредника и распространение за их счет и под их маркой предложений, призывов, советов, рекомендаций купить этот товар или услуги;

г) движение информации от производителя к потребителю в интересах последнего.

16. *Какие общие цели объединяют рекламу и другие элементы комплекса маркетинга?*

а) информирование покупателей о свойствах товара;

б) формирование спроса;

в) позиционирование (перепозиционирование) товара;

г) удержание покупателей в конкретном месте продаж;

д) стимулирование сбыта.

17. *Что понимается под понятием «бесполезная аудитория»?*

а) это часть аудитории, которая сознательно избегает контакта с рекламными посланиями;

б) это часть аудитории, на которую не направлено рекламное послание;

в) аудитория, не имеющая денег для приобретения товара;

г) это часть аудитории, на которую обращена реклама, но которая не является целевым рынком фирмы.

18. *Охват — это ...*

а) количество человек, видевших публикацию хотя бы один раз;

б) количество раз, которое конкретное рекламное сообщение потенциально могло быть увиденным;

в) количество людей, ознакомленных с рекламным обращением за определенный период времени;

г) количество людей, которые отреагировали на рекламное обращение и приобрели рекламируемый товар.

19. *В какой из перечисленных стран расходы на коммуникационные услуги являются наименьшими?*

а) США;

б) Франция;

в) Германия;

г) Япония;

д) Великобритания.

20. *Что собой представляет интерактивная реклама?*

- а) персонализированное рекламное сообщение, ставящее своей целью установление диалога с потенциальным покупателем путем поощрения его отклика;
- б) создание и усиление у различных аудиторий позитивного отношения к фирме;
- в) рекламное сообщение, ставящее своей целью сформировать отношение покупателя к данной марке товара;
- г) реклама, направленная на определенные целевые группы.

21. В каком случае при исследовании применяется метод наблюдения?

- а) при определении воздействия на покупателей витринной экспозиции, упаковки, объявлений в прессе, радио- или телевизионной рекламы;
- б) при исследовании воздействия на потребителей отдельных рекламных мероприятий;
- в) при определении отношения потребителей не только к рекламному средству в целом, но и к отдельным составным элементам этого средства.

22. Экономическая эффективность рекламы — это ...

- а) степень воздействия рекламных средств на потребителей в интересах производителя или посредника;
- б) отношение количества покупателей, приобретших товар после рекламы, к затратам на эту рекламу;
- в) показатель, определяющий степень влияния рекламы на результаты продаж; соизмеряет объем получаемой прибыли от рекламы с затратами на нее;
- г) степень результативности применения различных средств рекламы в расчете на одного покупателя целевой аудитории.

23. Для чего необходимо проводить оценку эффективности рекламы?

- а) для получения информации о целесообразности рекламы;
- б) для выявления результативности отдельных средств распространения рекламы;
- в) для определения условий оптимального воздействия рекламы на потенциальных покупателей;
- г) для того, чтобы установить этап жизненного цикла товара;
- д) для выявления состояния конкурентной среды и оценки размера аудитории, которую может охватить фирма.

24. Что может оказать влияние на объем реализации товара?

- а) качество товара и его цена;
- б) место расположения предприятия;
- в) реклама;
- г) тарифы на рекламные и выставочные услуги;
- д) количество товарных единиц, покупаемых одним покупателем.

25. Чем выше объем продаж у какой-либо фирмы, тем ...

- а) ниже эффективность затраченных рекламных средств;
- б) выше эффективность затраченных рекламных средств;
- в) ниже себестоимость предлагаемой потребителям продукции;
- г) больше емкость рынка потребительских товаров.

26. Выделите основную причину изменения объема оборота (прибыли)?

- а) влияние предыдущей рекламной кампании фирмы или «перенос рекламного воздействия»;
- б) сезонные колебания, связанные с инфляционными ожиданиями;
- в) проведение рекламной кампании фирмы в текущем периоде;
- г) изменение некоторых жизненных потребностей и установок потребителей.

27. Какой показатель определяется по следующей формуле  $T_d = (T_c \cdot P \cdot D) / 100$ , где  $T_c$  — среднедневной товарооборот до начала рекламного периода, руб;  $D$  — количество дней учета товарооборота в рекламном процессе;  $P$  — относительный прирост среднедневного товарооборота за рекламный период по сравнению с дорекламным, % ?

- а) рентабельность рекламирования;

- б) экономический эффект рекламирования;
- в) дополнительный товарооборот, вызванный рекламными мероприятиями;
- г) годовой товарооборот до проведения рекламных мероприятий.

28. Какой показатель должен быть подставлен в числителе формулы, по которой определяется рентабельность рекламирования?

- а) прибыль, полученная от предыдущего рекламирования товара;
- б) дополнительная прибыль, полученная от рекламирования товара;
- в) общая прибыль за рекламный и дорекламный период;
- г) валовой доход на начало текущего года;
- д) себестоимость продукции, имевшая место на начало рекламирования товара.

29. Как определяется экономическая эффективность рекламной кампании?

- а) отношением общей прибыли от реализации продукции к затратам на осуществление рекламных акций;
- б) отношением дополнительной прибыли, полученной в результате реализации рекламных акций к затратам на их осуществление;
- в) отношением дополнительной выручки, полученной от рекламирования к стоимости вложенного капитала;
- г) отношением числа дополнительных продаж к численности целевой аудитории.

30. Каков диапазон комиссионных (в процентах), получаемых медиаселлером, от объема привлеченных рекламных бюджетов?

- а) 10–20 %;
- б) 20–25 %;
- в) 5–10%.

### 3.Комплект материалов для промежуточной аттестации по дисциплине МДК 02.02 «Предпринимательская деятельность в рекламе»

Текст задания:

Защита бизнес-плана.

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1 -11 ПК 4.1;4.2;4.3	ПРОДУКТ + ПРОЦЕСС	Качество курсовой работы	Соответствие требованиям ( см. УВЗ)

**(УВЗ) Условия выполнения задания**

1. Место проведения – учебная аудитория
2. Время выполнения – 10 минут
3. Структура бизнес-плана должна иметь следующий вид:
  - Титульный лист;
  - Резюме;
  - Описание продуктов (услуг);
  - Описание конкурентов, оценка и выбор конкурентной стратегии;
  - Производственный план;
  - План маркетинга;
  - Организационный план;
  - Финансовый план;
  - Оценка рисков и страхование;
  - Приложение.
1. Требования к бизнес-плану:

- ясность,
- краткость,
- логичность,
- объективность,
- четкая структура.

## Приложение 2

### Контрольно-проверочные задания по практике

#### План выполнения задания:

#### Анализ организации системы управления предприятия.

1. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.

Вывод: проанализировать эффективность результатов совещания по выбранной теме (по профилю своей специальности).

2. Рассчитайте полную себестоимость рекламного буклета, себестоимость одного буклета используя следующие данные:

характеристики будущего издания:

- формат буклета - 4(98 x 210)
- формат бумаги - 210 x 385 мм;
- тираж - 1000 экземпляров;
- печать - офсетная в 4 краски;
- бумага - мелованная плотностью 150 г/м<sup>2</sup>;
- количество страниц - восемь.

#### Критерии оценки контрольно-проверочного задания

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

### АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Выдан \_\_\_\_\_, обучающемуся

на \_\_\_\_ курсе по специальности СПО \_\_\_\_\_,  
прошедшему учебную, производственную практику по профессиональному  
модулю

код и наименование

1. За время практики выполнены виды работ:

Виды работ выполненных во время практики	Оценка (по пятибалльной шкале)	Ф. И. О., должность и подпись представителя работодателя
Планирование деятельности менеджера. Составление схем ОСУ на основе штатного расписания		
Выбор управленческих решений в конкретных ситуациях. Распределение полномочий и ответственности. Мотивация персонала к трудовой деятельности.		
Конфликтные ситуации и пути их разрешения. Составление плана проведения совещания, переговоров, беседы.		
Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы		
Разработка бюджета в рекламной деятельности		
Расчет экономической эффективности рекламной деятельности		

2. За время практики обучающийся проявил личностные и деловые качества:

Проявленные личностные и деловые качества	Степень проявления		
	Не проявлял	Проявлял эпизодически	Проявлял регулярно

1	Понимание сущности и социальной значимости профессии «Специалист по рекламе»			
2	Проявление интереса к профессии «Специалист по рекламе»			
3	Ответственное отношение к выполнению порученных производственных заданий			
4	Самооценка и самоанализ выполняемых действий			
5	Способность самостоятельно принимать решения			
6	Поиск, анализ и оценка информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач			
7	Использование информационно-коммуникационных технологий при освоении вида профессиональной деятельности			
8	Способность работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
9	Способность самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,			

3. За время прохождения практики у обучающегося были сформированы компетенции (элементы компетенций)

№	Перечень общих и профессиональных компетенций	Компетенция (элемент компетенции)	
		сформирована	не сформирована
<b>1. Общие компетенции (из ФГОС специальности)</b>			
1	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес		
2	ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.		
3	ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность		
4	ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного роста		
5	ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.		



6	ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями			
7	ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.			
8	ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.			
9	ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.			
10	ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.			
11	ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.			
<b>2. Профессиональные компетенции</b> (название ПК переносится из таблицы V программы ПМ вместе с основными показателями оценки результата)				
№	Код и формулировка ПК	основные показатели оценки результата	Компетенция (элемент компетенции)	
			сформирована	не сформирована
1	ПК4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Точность и грамотность планирования		
2	ПК4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части ее соответствия рекламной идее.	Соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя		
3	ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Грамотность составленной документации		

Итоговая оценка по практике \_\_\_\_\_

Руководитель практики от предприятия \_\_\_\_\_

Ф. И. О.

должность

подпись

Руководитель практики от колледжа \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.  
Ф. И. О. \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись

С результатами прохождения практики ознакомлен \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.  
Ф. И. О. обучающегося \_\_\_\_\_ подпись

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

**Задания для экзамена (квалификационного)**

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам. Директора по УР  
Лебедева И.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

**Материал для проведения промежуточной аттестации  
в форме квалификационного экзамена по ПМ04 «Организация и управление процессом  
изготовления рекламного продукта»**

**МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»**

**Раздел 1. «Менеджмент»**

1. Эволюция управленческой мысли. Историческое развитие менеджмента и современная концепция менеджмента.
2. Система менеджмента предприятия.
3. Организация. Общие характеристики организаций.
4. Функции менеджмента.
5. Коммуникационный процесс. Элементы. Этапы.
6. Принятие решений.
7. Сущность стратегического планирования. Характеристики стратегий.
8. Миссия, стратегия, цели организации.
9. Организация. Делегирование, ответственность, полномочия.
10. Влияние и власть. Формы влияния и власти.
11. Стили руководства и лидерства.
12. Организационная структура управления: типы ОСУ.
13. Мотивация. Содержательные теории мотивации и процессуальные теории мотивации.
14. Контроль: виды, этапы.
15. Деловое общение, формы и фазы делового общения. Проведение совещаний, переговоров, бесед.
16. Управление конфликтами.

**Раздел 2. «Экономические основы рекламной деятельности»**

1. Организация в условиях рыночной экономики: понятие, принципы работы.
2. Материальные ресурсы организации: понятие, эффективность использования.
3. Трудовые ресурсы организации: понятие, эффективность использования.
4. Финансовые ресурсы организации: понятие, эффективность использования.
5. Налоги: понятие, экономическая сущность, виды.
6. Специальные налоговые режимы. Краткая характеристика.
7. Реклама: понятие, экономическая роль.
8. Организация рекламной деятельности.
9. Особенности планирования рекламной деятельности. Рекламный план.
10. Организация и планирование рекламных кампаний.
11. Презентация рекламного продукта.
12. Реклама в СМИ: краткая характеристика, особенности.
13. Себестоимость: понятие, структура.

14. Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы.
15. Система бюджетирования рекламной деятельности предприятия.
16. Оценка эффективности рекламной деятельности.

## **Практические задания**

### **Задание 1.**

#### **Составление плана проведения совещания, переговоров, бесед**

1. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности.
2. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.

**Вывод:**

Проанализировать эффективность результатов совещания по выбранной теме (по профилю своей специальности).

### **Задание 2. «Контрастные стили»**

#### **Вопросы:**

Оба представленные руководителя имеют схожие трудовые биографии. Как бы Вы объяснили различия в их подходе при работе с людьми.

На какие примеры наказания, позитивного или негативного подкрепления вы можете указать в этой ситуации? Какой метод использует Ольга Петрова в работе с людьми?

Как Вы объясните производственные результаты, текучесть кадров и показатели качества в этих двух подразделениях?

В течение восьми лет Олег Васильев работал менеджером по производству. Он прошёл все ступени служебной лестницы и был известен как жёсткий, но работающий руководитель. Ольга Петрова занимала должность менеджера по производству примерно такой же срок и так же прошла все ступени. У неё сложилась репутация приятного и работающего руководителя. В течение последних шести лет руководимые ими отделы были на «голову» выше других шести отделов по конкретным производственным показателям. Этим руководителям удалось добиться успехов, несмотря на их почти диаметрально противоположное отношение к рабочим.

Олег Васильев объяснял свой подход следующим образом: «Единственный способ управлять рабочими - это применять жёсткий подход, как только они совершают ошибку. Вообще говоря, чтобы держать их в тонусе, я периодически собираю их и устраиваю «головомойку», независимо от того, заслужили они её или нет. Если они работают хорошо, то я говорю, что именно за это им платят деньги. Применяя такой подход, единственное, что мне надо, так это просто пройти по своему участку – и люди начинают работать как сумасшедшие».

Ольга Петрова объяснила свой метод так: «Я не верю в хорошие отношения с рабочими, как это представлено в теории человеческих отношений. Но я считаю, что рабочий заслуживает признания и внимания с моей стороны, если он или она хорошо выполняет свою работу. Если человек совершает ошибку, я на него не набрасываюсь. Я полагаю, что мы все можем допускать ошибки. Однако, я всегда объясняю, в чём состояла ошибка и что следует предпринять. Как только всё сделано правильно, я сообщаю об этом рабочим. У меня нет времени уделять внимание всем, кто работает хорошо, но я стараюсь периодически подходить к тем, кто обычно работает «спустя рукава».

Несмотря на то что, что отдел Олега Васильева наряду с отделом Ольги Петровой числится в передовиках по объёму производства, у него текучесть кадров в три раза выше, чем у неё, а данные отдела контроля за качеством свидетельствуют о том, что отдел Олега Васильева выполнил нормы качества только дважды за последние шесть лет, в то время как отдел Ольги Петровой лишь один раз не выполнил стандарты качества.

### **Задание 3.**

Изучив картинку, определите какой тип имеет приведенная организационная структура управления?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

Программно-целевая
Линейно-функциональная
Функциональная
Линейная

#### Задание 4.

Какой тип имеет приведенная организационная структура управления (укажите правильный ответ)?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1	-	Линейно-штабная
2	-	Матричная
3	-	Линейно-функциональная
4	-	Программно-целевая

#### Задание 5.

Какая структура управления представлена на рисунке (укажите правильный ответ)?



### Задание 6. «Контроль за подчинёнными»

#### Вопросы:

Правильно ли Вы распределили полномочия в подчинённой Вам организации?

Как Вы как управляющий должны реагировать на ситуацию, какие предпринять меры?

Три недели назад вы наняли Александра Иванова в качестве директора досугового центра жилого комплекса для пожилых людей. Вы управляете этим комплексом уже 13 лет, Ваши сотрудники – надёжные люди, для которых работа с пожилыми людьми является призванием.

Директор досугового центра отвечает за проведение вечеров и различных мероприятий, организацию занятий спортом (аэробикой и плаванием), за координацию деятельности добровольцев из местных школ, церквей и других общественных организаций.

Прежний директор всегда следил за тем, чтобы отметить день рождения каждого жильца дома, не пропускал ни одного праздника, в том числе и религиозных, таких как Пасха, Масленица, Троица, Рождество Христово и др. Всё работало с точностью часового механизма, и Вам никогда не приходилось вмешиваться., за исключением одного случая, когда пришлось отказаться от строительства карусели для детей жильцов комплекса в японском саду, которым Вы очень гордились. Вам кажется, что Иванов прекрасно ладит с жильцами; во время собеседования при приёме на работу огромную роль сыграли его дружелюбие и открытость. Вы неоднократно видели, как он непринуждённо разговаривает с жильцами (которым, он, несомненно, нравится). Поэтому, когда половина жильцов не поздравила К. и В. Дранковых с 60-летней годовщиной свадьбы из-за того, что Иванов забыл вовремя напомнить жильцам о предстоящем событии, Вы решили, что это – случайная оплошность. Однако через неделю, когда Иванов не нашёл замену инструктору по аэробике, который подал заявление об уходе за три дня и одна дама растянула голень, демонстрируя экспромтом «три прихлопа, два притопа», Вы забеспокоились, а после того как филолог Н.В. Фёдоров, профессор университета, позвонил и спросил, состоится ли в этом месяце лекция, которую он должен был читать завтра, Вы решили что пора серьёзно поговорить с директором Ивановым.

### Задание 7. Кейс «Конфликты в коллективе»

#### Конфликт в НИИ

#### Вопросы:

1. Определите участников конфликтного взаимодействия.
2. Определите тип и причину конфликта.
3. Какие действия должен был предпринять директор НИИ на каждой из фаз конфликта.

После объединения двух НИИ в нефтехимической промышленности появилось вакантное место заместителя директора по науке. Старый директор одного из НИИ предпочёл уйти на

пенсию, чем пойти в замы к более молодому директору Ершову. Объявили конкурс на должность заместителя директора, на который подали 4 заявления, в том числе Сидоров – подполковник Российской Армии, кандидат химических наук, 40 лет, энергичный, работал зав. кафедрой в одном из училищ города. Его дисциплина, подтянутость, практический опыт руководства, а также заверения директору, что он будет «в его команде» стали решающими. Вскоре после увольнения из армии, он приступил к работе в должности заместителя директора. Первый год дела шли просто блестяще. Был хороший государственный заказ. Наведён порядок в лабораториях, закуплено новое оборудование, запущены в экспериментальное производство новые образцы продукции, улучшилась дисциплина в отделах. Сидоров работал с энтузиазмом и «пришёл к двору» нового НИИ.

Он вскоре сошёлся с замом по хозяйственной работе Яблоковым, который также долго служил в армии. Оба имели 2 дочери и ратовали за «социальную справедливость».

По контракту гарантированная зарплата Сидорова составляла один миллион рублей плюс военная пенсия 500 тысяч рублей, так что в год перехода в НИИ он увеличил свои доходы и был доволен.

По итогам выполнения госзаказа директор Ершов сказал своим заместителям: «Я готов удвоить всем руководителям зарплату со следующего года, если дела пойдут также хорошо и дальше. Большого госзаказа у нас не будет и надо будет работать по прямым договорам с предприятиями, обеспечить полное выполнение плана по доходам и ввести в строй новый лабораторный корпус».

В интересах дела он назначил Сидорова первым заместителем и передал в его подчинение ряд новых отделов, сосредоточив у себя функции стратегии развития, систему управления и управления финансами.

Директор Ершов был в возрасте 50 лет, доктор наук, известный в своей области учёный, с хорошими связями, руководил НИИ уже 5 лет. Он полностью отдал себя работе, по 12 часов ежедневно, многие новые проекты шли под его руководством, прекрасно разбирался в хозяйстве.

Он не был лишён недостатков: это был прямой до резкости человек, когда дела начинали заваливаться становился занудливым в оперативном контроле и «не слезил» с подчинённых, стараясь решить сразу много дел, иногда не успевал на важные встречи и деловые совещания. Сотрудники поговаривали также, что «директор сидит на двух стульях», так как процесс объединения НИИ затянулся на целый год.

Для успешного выполнения годового плана нужно было ввести в строй новый корпус, заключить хоздоговора на 500 млн. руб., и провести сертификацию экспериментального продукта НИИ. Ввод в строй нового корпуса был поручен Яблокову, а решение остальных идей – Сидорову. Вскоре директор Ершов уехал в Великобританию по приглашению Манчестерского университета для координации работ по сертификации экспериментального продукта и закупки нового оборудования.

Возвратившись через 2 месяца из командировки и войдя в курс дела, он отметил на совещании следующие проблемы:

- финансирование госзаказа практически прекращено. В бюджете денег почти нет и нам нечего надеяться на улучшение;

- заключение хоздоговоров с предприятиями ведётся «вяло», вместо 500 млн. руб., они заключены всего на 200 млн. руб. Это недоработка первого зама Сидорова;

- строительство нового корпуса ведётся хорошо и для его пуска нужно 100 млн. руб. «Я предлагаю их снять с хоздоговорных денег»;

- нужно «заморозить» увеличение зарплаты всем на ближайшие полгода.

Обсуждение на совещании было «горячим» и спор возник вокруг двух вопросов:

1. Как быть с обещанным повышением зарплаты руководству и сотрудникам НИИ в 2 раза? Если снять 100 млн. руб. «с договорных денег» - они все шли на зарплату и социальные нужды НИИ.

2. Следует заморозить ввод нового корпуса и запуск нового продукта и экономить на новых разработках для Великобритании.

Неожиданно в оппозицию директору встали оба зама и главный бухгалтер. Директор взял на себя принятие единоличного решения: «Без перспективного нового продукта мы не выживем в будущем». Нас ждёт гарантированная оплата за продукт в валюте, поэтому надо срочно вводить новый корпус и «заморозить» увеличение зарплаты.

Внутренние разногласия с первым замом усилились, когда директор с главным бухгалтером усилили финансовый контроль за затратами по серийным разработкам, т.к. выделение средств шло под фактически оплаченные договора за вычетом 100 млн. руб., которые пошли на завершение строительства корпусу. Все серийные разработки шли под руководством Сидорова, а он уже ранее обещал повышение зарплаты».

Часть сотрудников НИИ (около 20 %) уволились и ушли в коммерческие структуры. После Нового Года по инициативе Сидорова и Яблокова состоялось собрание трудового коллектива НИИ, на котором директору пришлось доказывать необходимость «непопулярных мер» и просит ещё полгода затянуть пояса в связи с инфляцией.

«Мы не можем платить двойную зарплату при двойном снижении доходов от результатов деятельности НИИ», - говорил Ершов». «Принцип социальной справедливости - главный, сотрудники живут на зарплату и надо держать обещания», - отвечал Сидоров.

Прошло четыре месяца...

Новый лабораторный комплекс был введён в эксплуатацию благодаря личным усилиям Яблокова, где он проводил по 12 часов без выходных. Директор его премировал в размере двух окладов.

Первый заместитель Сидоров после собрания пришёл к директору с предложением увеличить ему лично и другим заместителям должностной оклад в 2 раза... Директор пообещал, но через полгода.

Неожиданно у Сидорова появилась аритмия сердца и он лёг в больницу, запретив приход к себе всех сотрудников. Пробыв на больничном 2 месяца, он вышел на работу, но работал без энтузиазма. До директора дошла информация, что он ищет другую работу. Открытый разговор ничего не дал. Сидоров заверил, что будет работать в НИИ, Незадолго до пуска экспериментального продукта, он попросился в месячный отпуск, а выйдя из НИИ, Следом за ним, после ввода нового корпуса, подал заявление об увольнении другой зам. – Яблоков.

#### **Выводы:**

1. Последние четыре месяца директор НИИ работал с крайним напряжением по 16 часов.
2. За два года работы от директора ушли ближайšie два заместителя.
3. Зарплата коллективу была увеличена только через полгода после ранее обещанного срока. Из коллектива ушло 20% сотрудников.
4. Фактически доходы от прямых договоров с предприятиями уменьшились в 2 раза.
5. Сертификация нового продукта и его запуск проведены. Первая партия продана в Великобританию.

#### **Задание 8.**

На основании штатного расписания составить организационную структуру управления ООО «Центр». Оформить в виде схемы.



## ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Номер документа	Дата составления
04/шт	16.09.14

УТВЕРЖДЕНО  
Приказом организаци  
Штат в количестве

на период 1 год с “ 16 ” 09 2014 г.

Структурное подразделение		Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб	Надбавки, руб		
наименование	код				6	7	8
1	2	3	4	5	6	7	8
Отдел главного технолога		Инженер-технолог	2	35000			
Отдел главного конструктора		Инженер-конструктор	2	35000			
Механический участок		Начальник цеха	1	50000			
		Мастер участка	2	30000			
		Рабочие	60				
Отдел технического контроля		Начальник ОТК	1	35000			
		Мастер ОТК	1	30000			
		Контролер ОТК	5	25000			
Планово-экономический отдел		Зам.директора по финансам и экономике	1	45000			
		Экономист	1	30000			
Бухгалтерия		Гл.бухгалтер	1	35000			
		Бухгалтер	2	18000			
Отдел снабжения и сбыта		Зам.директора по продажам и комплектации	1	35000			
		Маркетолог	2	20000			

### Задача 9

Организация планирует разместить рекламные материалы в местной прессе. Стоимость рекламы в газете «А» – 46 тыс. ден. ед., в газете «Б» – 22 тыс. ден. ед., в газете «В» – 18 тыс. ден. ед. Средний тираж изданий – 58 тыс., 26 тыс. и 21 тыс. соответственно. Согласно социологическим исследованиям, 9 % потребителей региона совершают покупки, получив информацию из газет. Средняя прибыль организации от обслуживания одного потребителя составляет 250 ден. ед. Найти оптимальный путь информирования.

### Задача 10

Рассчитайте полную себестоимость рекламного буклета, себестоимость одного буклета используя следующие данные:

характеристики будущего издания:

- формат буклета - 4(98 x 210)
- формат бумаги - 210 x 385 мм;
- тираж - 1000 экземпляров;

- печать - офсетная в 4 краски;
- бумага - мелованная плотностью 150 г/м<sup>2</sup>;
- количество страниц - восемь.

В структуру затрат будут включены следующие статьи затрат:

- авторский гонорар;
- расходы на бумагу;
- типографские услуги;
- редакционные расходы;
- общеиздательские расходы.

Расчет объема издания

Объем в печатных листах = 8 (количество страниц) / 4 (доля) = 2

Объем в бумажных листах = 2 / 2 = 1

Стоимость 1 бумажного листа = 1,35 руб.

Количество бумаги = Количество бумаги \* Т + 10% (отходы)

Стоимость полиграфических услуг на 1 б.л. (4+4) x Кол-во б.л. x Т

Фальцовка = 1 рубль за 1 буклет

### Задача 11

ЗАО «Тандер» имеет сеть магазинов «Магнит». В магазине № 2 в период с 01.02.2014 г. по 01.03.2014 г. проводилась рекламная компания, а в магазине № 1 рекламная кампания не проводилась. Рассчитайте экономическую эффективность, используя метод сравнения товарооборота.

Название магазина	Товарооборот в дорекламный период, тыс. руб	Товарооборот в рекламный период, тыс.руб.
Магнит № 1	4 592 166	5 100 543
Магнит № 2	2 617 654	3 469 478

Литература:

1. Беляцкий Н. Менеджмент: Тесты, задачи. Ситуации, деловые игры. - Минск, 2005.
2. Грибов В., Грузинов В. Экономика предприятия: Учебник + практикум. – М., Академия, 2008.
3. Зайцева Т.В., Зуб А.Т. Управление персоналом: учебник. – М.: ИД «ФОРУМ» ИНФРА-М., 2009. (Профессиональное образование). Гриф УМО «Рекомендовано».
4. Мелихова Л.В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: Учебное пособие. - Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2009.
5. Муравьева Т. Экономика фирмы: Уч. пос. – М., Академия, 2008.
6. Чечевицына Л.Н. Практикум по экономике предприятия: Уч.пос. – М. –Р-н/Д, Феникс, 2007.
7. Щепакин М.Б. Рекламная деятельность: экономика и эффективность: учебник/ М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова. – Ростов н/Д: Феникс, 2017. – 252 с.

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Организация. Общие характеристики организаций.		
2. Организация в условиях рыночной экономики: понятие, принципы работы.		
3 Задача. Менеджмент.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Коммуникационный процесс. Элементы. Этапы.		
2. Материальные ресурсы организации: понятие, эффективность использования.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № _____ от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Сущность стратегического планирования. Характеристики стратегий.		
2. Трудовые ресурсы организации: понятие, эффективность использования.		
3 Задача. Менеджмент.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № _____ от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Миссия, стратегия, цели организации.		
2. Финансовые ресурсы организации: понятие, эффективность использования.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № _____ от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Эволюция управленческой мысли. Историческое развитие менеджмента и современная концепция менеджмента.		
2. Налоги: понятие, экономическая сущность, виды.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № _____ от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6</b> <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> курс 3 группа Р-16 специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Организация. Делегирование, ответственность, полномочия.		
2. Специальные налоговые режимы. Краткая характеристика.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u> <u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Влияние и власть. Формы влияния и власти.		
2. Реклама: понятие, экономическая роль.		
3 Задача. Менеджмент.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u> <u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Стили руководства и лидерства.		
2. Организация рекламной деятельности.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9</b>  <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом</u> <u>изготовления рекламного продукта»</u>  курс 3 группа Р-16  специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Система менеджмента предприятия.		
2. Особенности планирования рекламной деятельности. Рекламный план.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10</b>  <u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом</u> <u>изготовления рекламного продукта»</u>  курс 3 группа Р-16  специальность 42.02.01 Реклама	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Организационная структура предприятия: типы ОСУ.		
2. Организация и планирование рекламных кампаний.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u> <u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Мотивация. Содержательные теории мотивации и процессуальные теории мотивации.		
2. Презентация рекламного продукта.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u> <u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	
ФИО		ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Контроль: виды, этапы.		
2. Реклама в СМИ: краткая характеристика, особенности.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)



Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u>	
ФИО	<u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Деловое общение, формы и фазы делового общения. Проведение совещаний, переговоров, бесед.		
2. Себестоимость: понятие, структура.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «_» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14</b>	<b>Утверждаю:</b> заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u>	
ФИО	<u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	ФИО
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
1. Функции менеджмента.		
2. Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы.		
3 Задача. Экономические основы рекламной деятельности.		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15</b>	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u>	
ФИО	<u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	ФИО
подпись		подпись
1. Принятие решений.		
2. Система бюджетирования рекламной деятельности предприятия.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной(цикловой) комиссии протокол № от «__» _____ 20__ г. Председатель МК	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16</b>	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 20__ г
	<u>по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u>	
	<u>курс 3 группа Р-16</u>	
ФИО	<u>специальность 42.02.01 Реклама</u>	ФИО
подпись		подпись
1. Управление конфликтами.		
2. Оценка эффективности рекламной деятельности.		
3 Задача. Менеджмент		

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составил преподаватель: \_\_\_\_\_  
(ФИО)

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 1**

#### **Составление плана проведения совещания, переговоров, бесед**

1. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности.

2. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.

**Вывод:**

Проанализировать эффективность результатов совещания по выбранной теме (по профилю своей специальности).

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 2**

Организация планирует разместить рекламные материалы в местной прессе. Стоимость рекламы в газете «А» – 46 тыс. ден. ед., в газете «Б» – 22 тыс. ден. ед., в газете «В» – 18 тыс. ден. ед. Средний тираж изданий – 58 тыс., 26 тыс. и 21 тыс. соответственно.

Согласно социологическим исследованиям, 9 % потребителей региона совершают покупки, получив информацию из газет. Средняя прибыль организации от обслуживания одного потребителя составляет 250 ден. ед. Найти оптимальный путь информирования.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 3 «Контрастные стили»**

#### **Вопросы:**

Оба представленные руководителя имеют схожие трудовые биографии. Как бы Вы объяснили различия в их подходе при работе с людьми.

На какие примеры наказания, позитивного или негативного подкрепления вы можете указать в этой ситуации? Какой метод использует Ольга Петрова в работе с людьми?

Как Вы объясните производственные результаты, текучесть кадров и показатели качества в этих двух подразделениях?

В течение восьми лет Олег Васильев работал менеджером по производству. Он прошёл все ступени служебной лестницы и был известен как жёсткий, но работающий руководитель. Ольга Петрова занимала должность менеджера по производству примерно такой же срок и так же прошла все ступени. У неё сложилась репутация приятного и работающего руководителя. В течение последних шести лет руководимые ими отделы были на «голову» выше других шести отделов по конкретным производственным показателям. Этим руководителям удалось добиться успехов, несмотря на их почти диаметрально противоположное отношение к рабочим.

Олег Васильев объяснял свой подход следующим образом: «Единственный способ управлять рабочими - это применять жёсткий подход, как только они совершают ошибку. Вообще говоря, чтобы держать их в тонусе, я периодически собираю их и устраиваю «головомойку», независимо от того, заслужили они её или нет. Если они работают хорошо, то я говорю, что именно за это им платят деньги. Применяя такой подход, единственное, что мне надо, так это просто пройти по своему участку – и люди начинают работать как сумасшедшие».

Ольга Петрова объяснила свой метод так: «Я не верю в хорошие отношения с рабочими, как это представлено в теории человеческих отношений. Но я считаю,

что рабочий заслуживает признания и внимания с моей стороны, если он или она хорошо выполняет свою работу. Если человек совершает ошибку, я на него не набрасываюсь. Я полагаю, что мы все можем допускать ошибки. Однако, я всегда объясняю, в чём состояла ошибка и что следует предпринять. Как только всё сделано правильно, я сообщаю об этом рабочим. У меня нет времени уделять внимание всем, кто работает хорошо, но я стараюсь периодически подходить к тем, кто обычно работает «спустя рукава».

Несмотря на то что, что отдел Олега Васильева наряду с отделом Ольги Петровой числится в передовиках по объёму производства, у него текучесть кадров в три раза выше, чем у неё, а данные отдела контроля за качеством свидетельствуют о том, что отдел Олега Васильева выполнил нормы качества только дважды за последние шесть лет, в то время как отдел Ольги Петровой лишь один раз не выполнил стандарты качества.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам. Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

#### Задача к билету № 4

Рассчитайте полную себестоимость рекламного буклета, себестоимость одного буклета используя следующие данные:

характеристики будущего издания:

- формат буклета - 4(98 x 210)
- формат бумаги - 210 x 385 мм;
- тираж - 1000 экземпляров;
- печать - офсетная в 4 краски;
- бумага - мелованная плотностью 150 г/м<sup>2</sup>;
- количество страниц - восемь.

В структуру затрат будут включены следующие статьи затрат:

- авторский гонорар;
- расходы на бумагу;
- типографские услуги;
- редакционные расходы;
- общеиздательские расходы.

Расчет объема издания

Объем в печатных листах = 8 (количество страниц) / 4 (доля) = 2

Объем в бумажных листах = 2 / 2 = 1

Стоимость 1 бумажного листа = 1,35 руб.

Количество бумаги = Количество бумаги \* Т + 10% (отходы)

Стоимость полиграфических услуг на 1 б.л. (4+4) x Кол-во б.л. x Т

Фальцовка = 1 рубль за 1 буклет

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

### Задача к билету № 5

Изучив картинку, определите какой тип имеет приведенная организационная структура управления?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

- |                        |
|------------------------|
| Программно-целевая     |
| Линейно-функциональная |
| Функциональная         |
| Линейная               |



Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 6**

ООО «Авангард» осуществляет свою деятельность в сфере торговли.

Доходы от реализации товаров составили 2 000 000 руб. Внереализационные доходы – 30 000 руб. расходы на реализацию товаров – 5 000 000 руб.

Рассчитайте суммы налога по УСН, если в качестве объекта налогообложения выступают «доходы».

### Задача к билету № 7

Какой тип имеет приведенная организационная структура управления (укажите правильный ответ)?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	-	Линейно-штабная
2)	-	Матричная
3)	-	Линейно-функциональная
4)	-	Программно-целевая

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 8**

Площадь торгового зала ООО «Авангард» равна 150 кв.м. Базовая доходность составила 1 800 руб. коэффициент-дефлятор равен 1,789.

Коэффициент базовой доходности равен 1.

Рассчитайте сумму налога, используя ЕНВД.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

### Задача к билету № 9

Какая структура управления представлена на рисунке (укажите правильный ответ)?



Выберите один из 4 вариантов ответа:

1)	-	Линейная
2)	-	Ограниченного функционализма
3)	-	Линейно-штабная
4)	-	Функциональная

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 10**

ООО «Авангард» осуществляет свою деятельность в сфере торговли. Доходы от реализации товаров составили 5 000 000 руб. Внереализационные доходы – 30 000 руб. расходы на реализацию товаров – 2 000 000 руб.

Рассчитайте суммы налога по УСН, если в качестве объекта налогообложения выступают «доходы минус расходы».

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 11 «Контроль за подчинёнными»**

#### **Вопросы:**

1. Правильно ли Вы распределили полномочия в подчинённой Вам организации?
2. Как Вы как управляющий должны реагировать на ситуацию, какие предпринять меры?

Три недели назад вы наняли Александра Иванова в качестве директора досугового центра жилого комплекса для пожилых людей. Вы управляете этим комплексом уже 13 лет, Ваши сотрудники – надёжные люди, для которых работа с пожилыми людьми является призванием.

Директор досугового центра отвечает за проведение вечеров и различных мероприятий, организацию занятий спортом (аэробикой и плаванием), за координацию деятельности добровольцев из местных школ, церквей и других общественных организаций.

Прежний директор всегда следил за тем, чтобы отметить день рождения каждого жильца дома, не пропускал ни одного праздника, в том числе и религиозных, таких как Пасха, Масленица, Троица, Рождество Христово и др. Всё работало с точностью часового механизма, и Вам никогда не приходилось вмешиваться., за исключением одного случая, когда пришлось отказаться от строительства карусели для детей жильцов комплекса в японском саду, которым Вы очень гордились. Вам кажется, что Иванов прекрасно ладит с жильцами; во время собеседования при приёме на работу огромную роль сыграли его дружелюбие и открытость. Вы неоднократно видели, как он непринуждённо разговаривает с жильцами (которым, он, несомненно, нравится). Поэтому, когда половина жильцов не поздравила К. и В. Дранковых с 60-летней годовщиной свадьбы из-за того, что Иванов забыл вовремя напомнить жильцам о предстоящем

событии, Вы решили, что это – случайная оплошность. Однако через неделю, когда Иванов не нашёл замену инструктору по аэробике, который подал заявление об уходе за три дня и одна дама растянула голень, демонстрируя экспромтом «три прихлопа, два притопа», Вы забеспокоились, а после того как филолог Н.В. Фёдоров, профессор университета, позвонил и спросил, состоится ли в этом месяце лекция, которую он должен был читать завтра, Вы решили что пора серьёзно поговорить с директором Ивановым.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### Задача к билету № 12

ЗАО «Тандер» имеет сеть магазинов «Магнит». В магазине № 2 в период с 01.02.2014 г. по 01.03.2014 г. проводилась рекламная компания, а в магазине № 1 рекламная компания не проводилась. Рассчитайте экономическую эффективность, используя метод сравнения товарооборота.

Название магазина	Товарооборот в дорекламный период, тыс. руб	Товарооборот в рекламный период, тыс.руб.
Магнит № 1	4 592 166	5 100 543
Магнит № 2	2 617 654	3 469 478



Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

### Задача к билету № 13

#### Кейс «Конфликты в коллективе»

##### *Конфликт в НИИ*

##### **Вопросы:**

1. Определите участников конфликтного взаимодействия.
2. Определите тип и причину конфликта.
3. Какие действия должен был предпринять директор НИИ на каждой из фаз конфликта.

После объединения двух НИИ в нефтехимической промышленности появилось вакантное место заместителя директора по науке. Старый директор одного из НИИ предпочёл уйти на пенсию, чем пойти в замы к более молодому директору Ершову. Объявили конкурс на должность заместителя директора, на который подали 4 заявления, в том числе Сидоров – подполковник Российской Армии, кандидат химических наук, 40 лет, энергичный, работал зав. кафедрой в одном из училищ города. Его дисциплина, подтянутость, практический опыт руководства, а также заверения директору, что он будет «в его команде» стали решающими. Вскоре после увольнения из армии, он приступил к работе в должности заместителя директора. Первый год дела шли просто блестяще. Был хороший государственный заказ. Наведён порядок в лабораториях, закуплено новое оборудование, запущены в экспериментальное производство новые образцы продукции, улучшилась дисциплина в отделах. Сидоров работал с энтузиазмом и «пришёлся ко двору» нового НИИ.

Он вскоре сошёлся с замом по хозяйственной работе Яблоковым, который также долго служил в армии. Оба имели 2 дочери и ратовали за «социальную справедливость».

По контракту гарантированная зарплата Сидорова составляла один миллион рублей плюс военная пенсия 500 тысяч рублей, так что в год перехода в НИИ он увеличил свои доходы и был доволен.

По итогам выполнения госзаказа директор Ершов сказал своим заместителям: «Я готов удвоить всем руководителям зарплату со следующего года, если дела пойдут также хорошо и дальше. Большого госзаказа у нас не будет и надо будет работать по прямым договорам с предприятиями, обеспечить полное выполнение плана по доходам и ввести в строй новый лабораторный корпус».

В интересах дела он назначил Сидорова первым заместителем и передал в его подчинение ряд новых отделов, сосредоточив у себя функции стратегии развития, систему управления и управления финансами.

Директор Ершов был в возрасте 50 лет, доктор наук, известный в своей области учёный, с хорошими связями, руководил НИИ уже 5 лет. Он полностью отдал себя работе, по 12 часов ежедневно, многие новые проекты шли под его руководством, прекрасно разбирался в хозяйстве.

Он не был лишён недостатков: это был прямой до резкости человек, когда дела начинали заваливаться становился занудливым в оперативном контроле и «не слазил» с подчинённых, стараясь решить сразу много дел, иногда не успевал на важные встречи и деловые совещания. Сотрудники поговаривали также, что «директор сидит на двух стульях», так как процесс объединения НИИ затянулся на целый год.

Для успешного выполнения годового плана нужно было ввести в строй новый корпус, заключить хоздоговора на 500 млн. руб., и провести сертификацию экспериментального продукта НИИ. Ввод в строй нового корпуса был поручен Яблокову, а решение остальных идей - Сидорову. Вскоре директор Ершов уехал в Великобританию по приглашению Манчестерского университета для координации работ по сертификации экспериментального продукта и закупки нового оборудования.

Возвратившись через 2 месяца из командировки и войдя в курс дела, он отметил на совещании следующие проблемы:

- финансирование госзаказа практически прекращено. В бюджете денег почти нет и нам нечего надеяться на улучшение;

- заключение хоздоговоров с предприятиями ведётся «вяло», вместо 500 млн. руб., они заключены всего на 200 млн. руб. Это недоработка первого зама Сидорова;

- строительство нового корпуса ведётся хорошо и для его пуска нужно 100 млн. руб. «Я предлагаю их снять с хоздоговорных денег»;

- нужно «заморозить» увеличение зарплаты всем на ближайшие полгода.

Обсуждение на совещании было «горячим» и спор возник вокруг двух вопросов:

3. Как быть с обещанным повышением зарплаты руководству и сотрудникам НИИ в 2 раза? Если снять 100 млн. руб. «с договорных денег» - они все шли на зарплату и социальные нужды НИИ.

4. Следует заморозить ввод нового корпуса и запуск нового продукта и экономить на новых разработках для Великобритании.

Неожиданно в оппозицию директору встали оба зама и главный бухгалтер. Директор взял на себя принятие единоличного решения: «Без перспективного нового продукта мы не выживем

в будущем». Нас ждёт гарантированная оплата за продукт в валюте, поэтому надо срочно вводить новый корпус и «заморозить» увеличение зарплаты.

Внутренние разногласия с первым замом усилились, когда директор с главным бухгалтером усилили финансовый контроль за затратами по серийным разработкам, т.к. выделение средств шло под фактически оплаченные договора за вычетом 100 млн. руб., которые пошли на завершение строительства корпусу. Все серийные разработки шли под руководством Сидорова, а он уже ранее обещал повышение зарплаты».

Часть сотрудников НИИ (около 20 %) уволились и ушли в коммерческие структуры. После Нового Года по инициативе Сидорова и Яблокова состоялось собрание трудового коллектива НИИ, на котором директору пришлось доказывать необходимость «непопулярных мер» и просит ещё полгода затянуть пояса в связи с инфляцией.

«Мы не можем платить двойную зарплату при двойном снижении доходов от результатов деятельности НИИ», - говорил Ершов». «Принцип социальной справедливости - главный, сотрудники живут на зарплату и надо держать обещания», - отвечал Сидоров.

Прошло четыре месяца...

Новый лабораторный комплекс был введён в эксплуатацию благодаря личным усилиям Яблокова, где он проводил по 12 часов без выходных. Директор его премировал в размере двух окладов.

Первый заместитель Сидоров после собрания пришёл к директору с предложением увеличить ему лично и другим заместителям должностной оклад в 2 раза... Директор пообещал, но через полгода.

Неожиданно у Сидорова появилась аритмия сердца и он лёг в больницу, запретив приход к себе всех сотрудников. Пробыв на больничном 2 месяца, он вышел на работу, но работал без энтузиазма. До директора дошла информация, что он ищет другую работу. Открытый разговор ничего не дал. Сидоров заверил, что будет работать в НИИ, Незадолго до пуска экспериментального продукта, он попросился в месячный отпуск, а выйдя из НИИ, Следом за ним, после ввода нового корпуса, подал заявление об увольнении другой зам. – Яблоков.

#### **Выводы:**

6. Последние четыре месяца директор НИИ работал с крайним напряжением по 16 часов.
7. За два года работы от директора ушли ближайшие два заместителя.
8. Зарплата коллективу была увеличена только через полгода после ранее обещанного срока. Из коллектива ушло 20% сотрудников.
9. Фактически доходы от прямых договоров с предприятиями уменьшились в 2 раза.

10. Сертификация нового продукта и его запуск проведены. Первая партия продана в Великобританию.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

#### **Задача к билету № 14**

Завод «Стройконструкция» планирует разместить развёрнутое информационное сообщение в специализированном журнале. Издание №1 имеет тираж 20 тыс., выходит дважды в месяц и может разместить публикацию за 45 тыс. руб. Издания №2 и №3 ежемесячные, имеют тиражи по 40 тыс. и 50 тыс. соответственно и принимают публикации по 47 тыс. руб. и 72 тыс. руб.

Определить наилучшие условия для размещения информации завода, если, по мнению экспертов, каждый десятый читатель подобных журналов является потенциальным клиентом завода, а средний доход от сделки с таким клиентом составляет 32 тыс. руб.

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 15**

На основании штатного расписания составить организационную структуру управления ООО «Центр». Оформить в виде схемы.

Код
0301017
Форма по ОКУД по ОКПО

ООО «Центр»  
 наименование организации

**ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ**

Номер документа	Дата составления
04/шт	16.09.14

УТВЕРЖДЕНО

Приказом организации от “ 12 ” 09 2014 г. № \_\_\_\_\_

на период 1 год с “ 16 ” 09 2014 г.

Штат в количестве 88 единиц

Структурное подразделение		Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб	Надбавки, руб			Всего, руб (гр. 5 + гр. 6 + гр. 7 + гр. 8)	Примечание
наименование	код								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Отдел главного технолога		Инженер-технолог	2	35000					
Отдел главного конструктора		Инженер-конструктор	2	35000					
Механический участок		Начальник цеха	1	50000					
		Мастер участка	2	30000					
		Рабочие	60						
Отдел технического контроля		Начальник ОТК	1	35000					
		Мастер ОТК	1	30000					
		Контролер ОТК	5	25000					
Планово-экономический отдел		Зам.директора по финансам и экономике	1	45000					
		Экономист	1	30000					
Бухгалтерия		Гл.бухгалтер	1	35000					
		Бухгалтер	2	18000					
Отдел снабжения и сбыта		Зам.директора по продажам и комплектации	1	35000					
		Маркетолог	2	20000					

Рассмотрено на м/к  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Председатель Осколкова Е.А.  
\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам.Директора по УР  
Лебедева И.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.  
\_\_\_\_\_

### **Задача к билету № 16**

Фирма «Сталкер» заказала видеоролик длительностью 20 сек., который планирует демонстрировать на каналах общероссийского вещания. Стоимость 1 сек. эфирного времени на канале А – 4500 руб., на канале Б – 4800 руб., на канале В – 7200 руб.

По данным маркетинговых исследований, из общего объёма целевой аудитории «Сталкера» 500тыс.человек 25 % регулярно смотрят канал А, 22 % – канал Б, 27 % – канал В. Средний доход на одного покупателя фирмы – 310 руб. Определите наиболее выгодный вариант размещения видеоролика. Сделайте выводы о значимости рейтинга телеканала.



Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Сводная ведомость освоения профессионального модуля  
(вида профессиональной деятельности)

ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта  
Специальность \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

№ п/ п	ФИО студента	Результаты аттестации		ПП	Профессиональные компетенции (ПК)			Приращения ОК	Экз/кв	Вид ПД не/освоен
		МДК 04.01	МДК 04.02		4.1	4.2	4.3			
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										
7.										
8.										
9.										

Председатель аттестационной комиссии \_\_\_\_\_

Члены аттестационной комиссии \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_