**Экзаменационный тест**

**по дисциплине «Производственный менеджмент и маркетинг в отрасли инфокоммуникаци»**

1. К основным функциям менеджмента относят:

1. анализ;
2. планирование;
3. делегирование;
4. организация;
5. диспетчеризация

2. Примером применения административного метода управления является ситуация, когда….

1. Проведена деловая игра в качестве обучения работников
2. Проведено тестирование работников на соответствие квалификации
3. Начальников отдела проведена консультация и разъяснение персоналу его обязанностей
4. Оптимизирована система планирования в организации

3. Предметы, с помощью которых удовлетворяются потребности, в самом общем смысле называются…

1. Продуктами
2. Товарами
3. Ресурсами
4. Благами

4. К преимуществам рыночной конкуренции относят…

1. Невозможность обеспечить социальных гарантий
2. Истощение невозобновимых ресурсов
3. Необходимость быстро реакции на изменяющиеся рыночные условия
4. Обеспечение свободы выбора и действий потребителей и производителей

5. Имеется три альтернативных проекта. Доход от первого проекта равен 2000 у.е., причем первая половина выплачивается сейчас, а вторая - через год. Доход от второго проекта - 2200 у.е., 200 из которых выплачивается сейчас, 1000 - через год, а еще 1000 у.е. - через два года. Доход от третьего проекта равен 3000 у.е., и вся эта сумма будет получена через три года. Необходимо определить, какой из проектов предпочтительнее при ставке дисконта, равной 20 процентам:

а) первый проект;

б) второй проект;

в) третий проект.

6. Главной целью предприятия является:

1. оптимизация издержек
2. увеличение доли рынка
3. монополизация рынка
4. получение прибыли

7. Наиболее серьезной ошибкой при разработке бизнес-плана является:

а) недооценка объема необходимых ресурсов

б) недооценка возможных рисков

в) недооценка конкурентной среды

г) неграмотный подбор персонала

Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

а) направление;

б) владение;

в) управление;

г) деятельность

Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

а) направление;

б) владение;

в) управление;

г) деятельность

Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

а) направление;

б) владение;

в) управление;

г) деятельность

Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

а) направление;

б) владение;

в) управление;

г) деятельность

8. Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

а) направление;

б) владение;

в) управление;

г) деятельность

Как называется процесс побуждения себя и других к деятельности для

достижения личных целей и целей организации:

а) планирование;

б) мотивация;

в) контроль;

г) организация

9. Как называется процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации:

а) планирование;

б) мотивация;

в) контроль;

г) организация

10. К вспомогательным логистическим функциям НЕ относятся:

1. Складирование;
2. Управление запасами;
3. Защитную упаковку;
4. Ценообразование;
5. Сбор возвратных отходов;
6. Информационную поддержку.

11. Согласно методу АВС, к группе А относится \_\_\_\_% наиболее ценных объектом, обеспечивающих \_\_\_\_% результата.

1. 5, 95
2. 10, 90
3. 20, 80
4. 30, 70

12. С целью исследования трудового процесса и формирования норм и норматив используют следующие методы:

1. хронометраж;
2. экспертный метод;
3. фотография рабочего дня;
4. сетевые методы;
5. метод АВС;

13. Норма обслуживания – это

1. количество изделий, которое необходимо выпустить в единицу времени (за один час, рабочую смену и т.д.). Между нормой времени и нормой выработки существует обратно пропорциональная зависимость;
2. количество объектов (машин, механизмов, рабочих мест и т.д.), которые работник или группа работников должны обслужить в течение единицы рабочего времени;
3. количество работников определенного профиля и квалификации, необходимое для выполнения конкретных работ за определенный период.

14. Комплекс маркетинга включает в себя:

1. управления предприятием;
2. совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
3. выбор условий реализации;
4. нет верного ответа

15. Позиционирование товара — это:

1. сегментирование рынка
2. определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара
3. поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями
4. выбор целевого рынка

16. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

1. поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей
2. мотивацию покупателей
3. продажа товаров по цене ниже себестоимости
4. увеличение реальных доходов граждан

17. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:

1. усиление законодательных норм;
2. увеличение возраста потребителей;
3. снижение количества населения;
4. несовершенство программы маркетинга

18. Отбор целевых рынков — это:

1. удовлетворения всех без исключения потребителей;
2. поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которых фирма ориентируется.
3. определение места продажи своего товара;
4. определение вида продвижения товара.

19. К инструментам контроллинга относятся следующие:

1. система сбалансированных показателей;
2. управление стоимостью;
3. процессный подход;
4. управление качеством.

20. Сопоставление каких характеристик дает выявление достижения поставленной цели контроллинга?

1. Начальных и конечных
2. Фактических и плановых
3. Плановых и внеплановых
4. Качественных и количественных
5. Построить сетевой график и пронумеровать работы

|  |  |
| --- | --- |
| № работы | № предшествующей работы |
| 1 | - |
| 2 | - |
| 3 | - |
| 4 | 1,2 |
| 5 | 1,2 |
| 6 | 1,2,3 |
| 7 | 5 |
| 8 | 4,6,7 |