

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 18.06.2024 07:21:39  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

## Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине:

### Менеджмент и маркетинг в медиасреде, 2 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

### Типовые задания для контрольной работы

1. Менеджмент и управление. Основные категории и понятия.
2. Классификация подходов к определению понятия менеджмент.
3. Важнейшие функции менеджмента: общая характеристика.
4. Основные цели и задачи менеджмента.
5. Классификация форм управленческого труда.
6. Школа научного управления и ее современные последователи.
7. Развитие теории управления в работах основных представителей классической (административной) школы менеджмента.
8. Школа «человеческих отношений» и развитие теории менеджмента.
9. Особенности теоретических взглядов представителей поведенческой школы менеджмента.
10. Роль управления в развитии экономики, предпринимательства, общества.
11. Необходимость управления в экономических системах.
12. Принципы менеджмента, их историческое развитие.
13. Классификации методов управления и их значение в реальной экономике.
14. Обоснование необходимости совершенствования управления в условиях организационных изменений.
15. Значение лидерства для эффективной деятельности организации. Концепции лидерства.
16. Лидерство и стиль управления.
17. Формальное и неформальное управление.
18. Отличие маркетинга от сбыта.
19. Маркетинг - новая философия бизнеса. Объясните это утверждение.
20. Отличие концепций чистого маркетинга и социально-этического маркетинга.
21. Отличие концепций маркетинга и интенсификации коммерческих усилий.
22. Что подразумевает компания утверждая, что она становится маркетинговой.
23. Какой концепцией управления маркетинга придерживаются пищевые перерабатывающие предприятия сегодня, по-вашему мнению. Обоснуйте свою точку зрения.

## Вопросы к экзамену

1. Понятие менеджмента, менеджера и управления.
2. Развитие менеджмента как вида управленческой деятельности.
3. Инфраструктура менеджмента.
4. Этика и культура менеджмента.
5. Разделение труда и специализация в управлении. Появление управленческих функций.
6. Понятия управленческой работы и функции управления (менеджмента).
7. Классификации функций управления.
8. Основные направления развития управленческих функций, их теоретическая и практическая значимость.
9. Централизация и децентрализация менеджмента.
10. Признаки централизованной и децентрализованной формы управления современными крупными фирмами.
11. Принципы делегирования полномочий руководителя подчиненным.
12. Внутрифирменное планирование как важнейшая функция менеджмента. Ее содержание, сущность и виды.
13. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование. Цели и стратегии фирмы. Содержание стратегических планов.
14. Текущее планирование и его виды. Особенности технико-экономического планирования.
15. Текущее планирование и его виды. Особенности оперативно-календарного планирования.
16. Планирование работы менеджера.
17. Назначение и содержание бизнес-плана.
18. Содержание функции организации в системе менеджмента.
19. Понятие производственной структуры и структуры управления организацией.
20. Характеристика линейной и функциональной структур управления.
21. Характеристика линейно-штабной структуры управления.
22. Характеристика программно-целевой структуры управления.
23. Характеристика матричной структуры управления.
24. Характеристика дивизиональной структуры управления.
25. Основные этапы проектирования структур управления.
26. Организационно-правовые формы современных российских предприятий.
27. Маркетинг и менеджмент.
28. Различные концепции маркетинга - развитие маркетинга - развитие рыночной экономики.
29. Маркетинговая среда и ее характеристики.
30. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация.
31. Значение информации в маркетинге. Сбор и анализ информации.
32. Спрос и его исследование в маркетинге.
33. Конкуренция и ее исследование в маркетинге.
34. Научно-технический прогресс и маркетинг.
35. Новые товары и услуги. Их разработка.
36. Культура (этика) маркетинга.
37. Розничная торговля, ее значение и организация.
38. Оптовая торговля, ее значение и организация.
39. Проблемы продвижения товаров и услуг.
40. Задачи и политика ценообразования.
41. Методика ценообразования и маркетинг.

42. Реклама и ее роль в маркетинге. Организация рекламной деятельности.
43. Планирование, стратегия и тактика маркетинга.
44. Организация службы маркетинга на предприятии.
45. Бизнес-план и его значение в маркетинге.
46. Рыночная атрибутика товара и ее основные понятия.
47. Проблема и особенности международного маркетинга.
48. Внешнеэкономическая деятельность предприятия и маркетинг.
49. Организация и контроль маркетинговой деятельности.
50. Система ФОСТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта)
51. Интеллектуальная собственность и маркетинг.
52. Система товародвижения и ее элементы.
53. Опыт применения маркетинга в России.
54. Опыт маркетинговых исследований в зарубежных странах.
55. Личный фактор в маркетинге (персонал, психологические аспекты, подготовка кадров).
56. Разработка упаковки и формирования товара.
57. Инновационная политика.
58. Ассортиментная политика.
59. Позиционирование товара.
60. Микросреда и функционирование фирмы.

***Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет» (вид задания теоретико-практический)***

1. Опишите управленческую работу и функции управления в сфере НХК.
2. Постройте классификацию функций управления в сфере НХК.
3. Приведите примеры централизации и децентрализации менеджмента в сфере НХК.
4. Какие функции могут быть делегированы от руководителя любительского театрального коллектива другим работникам?
5. Составьте пилотажный план деятельности подразделения сферы НХК с указанием содержания и сущности выполняемых работ.
6. Составьте пилотажный стратегический/тактический план деятельности любительского театрального коллектива.
7. Составьте текущий план деятельности любительского театрального коллектива.
8. Каковы особенности оперативно-календарного планирования в сфере НХК?
9. Каковы назначение и содержание бизнес-плана для развития любительского театра?
10. К какой организационно-правовой форме могут относиться различные организации в сфере НХК?
11. Опишите маркетинговую среду любительского театра (на выбор студента).
12. Представьте план сбора и анализа текущей маркетинговой информации.
13. Каким образом определяется спрос на услуги в сфере НХК?
14. Создайте матрицу конкуренции для различных организаций в сфере НХК.
15. Опишите технологию формирования новых услуг в области НХК.
16. Представьте сферы взаимодействия сферы культуры и маркетинга.
17. Представьте схему продвижения услуг в сфере НХК.
18. Опишите задачи и политику ценообразования в сфере НХК.
19. Каковы методики ценообразования в сфере НХК.
20. Опишите организацию рекламной деятельности для любой сферы НХК.
21. Опишите технологии формирования спроса и стимулирования сбыта в сфере НХК.
22. Каковы особенности использования интеллектуальной собственности в сфере НХК.
23. Составьте план ассортиментной политики для организации в области НХК.
24. Представьте технологии позиционирования любительского театрального коллектива на рынке аналогичных услуг.

***Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет» (вид задания практический)***

1. Создайте список функций, которые могут быть делегированы от руководителя любительского театрального коллектива другим работникам организации?
2. Составьте пилотажный план деятельности подразделения сферы НХК с указанием содержания и сущности выполняемых работ.
3. Составьте пилотажный стратегический/тактический план деятельности любительского театрального коллектива.
4. Составьте текущий план деятельности любительского театрального коллектива.
5. Составьте оперативно-календарный план деятельности любительского театрального коллектива.
6. Составьте пилотажный бизнес-план для развития любительского театра?
7. Представьте план сбора и анализа текущей маркетинговой информации для любой организации сферы НХК.
8. Составьте план сбора информации об уровне спроса на услуги организации в любой сфере НХК?
9. Создайте матрицу конкуренции для любой организации в сфере НХК.
10. Предложите технологию формирования новых услуг в области НХК.
11. Разработайте схему продвижения услуг в сфере НХК.
12. Разработайте план рекламной кампании для продвижения нового спектакля.
13. Представьте технологии позиционирования любительского театрального коллектива на рынке аналогичных услуг.