

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 01.07.2025 07:56:58
 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.