

Задания по теме «Менеджмент»

11 кл. пар 6.

1. К внутренним источникам финансирования бизнеса относится (-ятся)

- 1) банковский кредит
- 2) амортизационные отчисления
- 3) бюджетные субсидии
- 4) выпуск акций

2. Система управления производством, применяемая с целью повышения его эффективности и получения прибыли,— это

- 1) маркетинг
- 2) предпринимательство**
- 3) менеджмент
- 4) рентабельность

3. К внешним источникам финансирования бизнеса не относится (-ятся)

- 1) выпуск облигаций
- 2) прибыль
- 3) коммерческий кредит
- 4) средства страховой компании

4.Разделение рынка на отдельные части в зависимости от различных параметров — это

- 1) дифференциация
- 2) рецессия
- 3) депрессия
- 4) сегментация

5*. Верны ли следующие суждения о функции маркетинга?

А. Функцией маркетинга является тщательное изучение рынка.

Б. Функцией маркетинга является активное воздействие на спрос, формирование покупательских предпочтений.

1) верно только А 2) верно только Б 3) верны оба суждения 4) оба суждения неверны

6*. Верны ли следующие суждения о современном менеджменте?

А. Современный менеджмент должен исходить из того, что фирма является «закрытой системой» и её успех на рынке зависит прежде всего от внутренних резервов.

Б. Современный менеджмент должен исходить из того, что фирма считается «открытой системой» и её успех на рынке связывается со способностью вписаться во внешнюю среду и приспособиться к ней.

1) верно только А 2) верно только Б

3) верны оба суждения 4) оба суждения неверны

7* . Верны ли следующие суждения о методе ускоренной амортизации?

А. Метод ускоренной амортизации активно использует крупный бизнес.

Б. Метод ускоренной амортизации активно использует мелкий бизнес.

1) верно только А 2) верно только Б 3) верны оба суждения
4) оба суждения неверны

8. Служба маркетинга фирмы «А.» занята организацией стратегического планирования на предприятии, информационным обеспечением управления Маркетингом. Какую функцию маркетинга иллюстрирует этот пример?

- 1) аналитическую
- 2) производственную
- 3) сбытовую
- 4) управления и контроля

9. Руководитель службы маркетинга фирмы «К.», планируя комплекс мероприятий по стимулированию сбыта, большое внимание уделил формированию общественного мнения о производимых товарах, используя различные интервью со специалистами, журналистские расследования и репортажи. Этот пример иллюстрирует такое средство воздействия на потребителя, как

1)реклама 2)личная продажа 3)пропаганда 4) стимулирование сферы торговли

10. Менеджер Н. составляет команду из людей, ответственных за различные работы. Он делает это с помощью специфических приёмов, через кадровые решения об оплате, назначениях, повышениях и через множество разнообразных решений, определяющих так называемое « качество трудовой жизни», вовсе не сводящееся ни к зарплате, ни к условиям труда в нашем обычном понимании. И Н. делает это, поддерживая постоянную коммуникацию со своими подчинёнными, начальниками и коллегами. Какую функцию менеджмента иллюстрирует этот пример?

1) организации

2) планирования

3) мотивации

4) контроля

1.Ниже приведён перечень терминов. Все они, за исключением одного, связаны с понятием «маркетинг»

Потребность, прибыль, инфляция, товар, распределение.

Найдите и укажите термин, относящийся к другому понятию.

Ответ: _____

2*. Найдите в приведённом списке положения, раскрывающие современный менеджмент, и запишите цифры, под которыми они указаны.

1) решающее значение отдаётся контролю за всеми видами деятельности персонала со сторон руководства фирмы

2) ставка в фирме делается на «человека саморазвивающегося»

3) производство товара и организация работы фирмы ориентированы на потребителя

4) имеет место наибольшее число уровней управления в фирме

5) нацеленность фирмы на постоянное обновление, чтобы соответствовать внешним факторам, главным из которых является покупатель

6) ставка в фирме делается на «человека-исполнителя»

3.Прочитайте приведённый ниже текст, каждое наименование которого обозначено определённой буквой.

А) Впервые маркетинг как особый вид коммерческой деятельности был использован в США почти 90 ЛЕТ назад.

(Б) По мнению экспертов, наибольших успехов добиваются такие фирмы, в которых маркетинг стал философией всего персонала.

(В) Маркетинг Следует рассматривать в качестве ключевого ФАКТОРА предпринимательства.

(Г) По словам шведского Бизнесмена Т. Ходберга, маркетинг ставит своей целью заполнить брешь в пространстве и времени МЕЖДУ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПОТРЕБЛЕНИЕМ.