

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ

**Кафедра економіки та управління виробничим
і комерційним бізнесом**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

**для виконання контрольних робіт
і самостійної роботи з дисципліни**

«ЕКОНОМІКА ВРАЖЕНЬ»

Харків - 2014

Методичні вказівки розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки, організації та

управління підприємством 22 лютого 2013 р., протокол № 10.

Рекомендуються для студентів спеціальності “Економіка підприємства” усіх форм навчання.

Укладачі:

доц. Н.В. Якименко,
старш. викл. Ю.А. Пługіна

Рецензент

доц. І.В. Токмакова

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для виконання контрольних робіт
і самостійної роботи з дисципліни

«ЕКОНОМІКА ВРАЖЕНЬ»

Відповідальний за випуск Якименко Н.В.

Редактор Буранова Н.В.

Підписано до друку 25.03.13 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,00. Тираж 25. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейербаха, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ

Кафедра “Економіки та управління виробничим і комерційним
бізнесом”

Методичні вказівки
для виконання контрольних робіт і самостійної роботи
з дисципліни „Економіка вражень”
для студентів спеціальності “Економіка підприємства”
усіх форм навчання

ХАРКІВ 2013

Методичні вказівки розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри “Економіка, організація та управління підприємством” 22 лютого 2013 р., протокол № 10.

Укладачі:
доц. Н.В. Якименко,
ст. викл. Ю.А. Пługіна

Рецензент
доц. І.В. Токмакова

Зміст

Вступ	4
1 Завдання на контрольну роботу	5
2 Основні теми курсу	7
3 Питання на залік	7
4 Вимоги до оформлення контрольної роботи	9
5 Вимоги до захисту контрольної роботи та заліку	10
6 Перелік питань за тематичними критеріями	11
Список літератури	30
Додаток А	32

ВСТУП

Глибокі та безперервні еволюційні зміни у світі, обумовлені загостренням глобальних проблем, у край невтішні соціальні результати економічних перетворень в Україні актуалізують проблему гуманізації економічного розвитку, яка пов'язана з його пріоритетною орієнтованістю на людину. Реалізація гуманістичних принципів в економіці – це умова подальшого розвитку суспільства, імператив його виживання.

Роль людини у функціонуванні будь-якого підприємства визначається декількома аспектами:

по-перше, в умовах перевиробництва товарів на світовому ринку, що супроводжується жорсткою конкуренцією, для захоплення ринку необхідно не тільки випускати високоякісний товар за прийнятною ціною, але й потрібно духовно задовольняти споживача, створюючи новий напрям в економічному розвитку – «економіку вражень споживача»;

по-друге, для підприємства, яке дбає про свою ефективність і довготривалу перспективу розвитку, важливим завданням є формування «економіки вражень персоналу», що визначається максимально повним задоволенням його соціально-економічних потреб з метою забезпечення високої якості життя та праці.

Предметом дисципліни «Економіка вражень» є положення, принципи, концепції ефективного ведення господарської діяльності в умовах економіки вражень, методи та принципи досягнення конкурентоспроможності підприємств, що трансформуються в епоху домінування потреб зацікавлених осіб над потребами підприємств.

При вивченні тем і підготовці контрольних робіт з дисципліни „Економіка вражень” студенти повинні приділити увагу напрямкам забезпечення людського виміру функціонування соціально-економічних систем:

- методичні підходи до забезпечення взаємозв'язку матеріального виробництва та людини;

- підходи до формування умов, які сприятимуть повному задоволенню потреб та формуванню цінності для споживачів товарів і послуг;

- напрями здійснення соціально відповідального господарювання соціально-економічних систем;
- удосконалення технологій управління персоналом в умовах економіки знань, управління його лояльністю;
- формування та розвиток організаційної культури підприємств;
- зміни принципів та моделей управління підприємством з урахуванням гуманізації економічної діяльності.

Контрольна робота є розробкою теоретичних питань одного із розділів курсу, що вивчається.

Метою контрольної роботи є поглиблене вивчення ролі людини в процесах функціонування і розвитку соціально-економічних систем та вивчення різних аспектів зв'язку персонал – підприємство в аспекті підвищення ефективності функціонування та конкурентоспроможності останнього.

Контрольна робота складає 30 балів у заліковому кредиті.

Методичні вказівки складаються із змісту, вступу, завдання на контрольну роботу, основних тем курсу, списку літератури, вимог до оформлення контрольної роботи, вимог до захисту контрольної роботи та заліку.

1 Завдання на контрольну роботу

Вибір теми роботи здійснюється відповідно до шифру (остання цифра залікової книжки відповідає номеру теми контрольної роботи: цифра „0” відповідає темі № 10 або № 20). Студент має право за своїм бажанням обрати одну з двох тем, які містяться в переліку та остання цифра нумерації яких збігається (наприклад, тема № 4 або № 14 чи № 7 або № 17).

Теми контрольних робіт (для студентів заочної форми навчання) та реферату (для студентів денної форми навчання)

- 1 Основні зміни ролі людини в економічному розвитку.
- 2 Моделі людини в економічній теорії.
- 3 Моральні цінності людини та їх роль у виробничій діяльності працівника.

4 Моральні якості особистості. Моральність у працях А. Сміта.

5 Методи впливу на рівень задоволеності потреб споживача.

6 Вплив заходів щодо соціального захисту персоналу на результативність роботи підприємства.

7 Якість життя людини: сутність та фактори, які його обумовлюють.

8 Методи визначення та забезпечення лояльності персоналу.

9 Підходи до забезпечення задоволеності та цінності для споживачів.

10 Роль системи навчання та самонавчання у формуванні особистості.

11 Вплив глобалізації на людину та її самоідентифікацію в суспільстві.

12 Розвиток підходів до визначення внеску персоналу у підвищення конкурентоспроможності підприємства.

13 Підходи до оцінювання особистісних якостей та професійний відбір менеджерів.

14 Гуманізація економічного розвитку.

15 Лідерство як соціально-психологічний феномен.

16 Соціально-відповідальне підприємство в сучасних умовах господарювання.

17 Споживач як головна рухома сила зростання економіки.

18 Розподіл ролей держави та підприємства у сфері реалізації соціальної політики.

19 Соціальна складова якості праці.

20 Системний підхід до забезпечення лояльності споживачів.

Виконання контрольної роботи надає студенту можливість навчитися підбирати необхідну літературу з обраного ним питання, самостійно робити аналіз і висновки, послідовно викладати питання, поставлені у темі, та систематизувати знання, які отримані при вивченні окремих розділів курсу „Економіка вражень”.

2 Основні теми курсу

- 1 Значення розвитку ідей «економіки вражень» у суспільстві.
- 2 Орієнтація на споживача як напрямок економіки вражень.
- 3 Матеріальне виробництво та потреби. Взаємини споживачів та виробництва.
- 4 Благо як економічна категорія.
- 5 Система цінностей та її роль у формуванні потреб. Цінності та духовні потреби людини.
- 6 Конкурентоспроможність підприємств в умовах економіки вражень.
- 7 Цінність товару, задоволення споживачів та покупна лояльність. Забезпечення задоволеності та цінності для споживачів.
- 8 Роль організаційної культури в реалізації концепції економіки вражень.
- 9 Лояльність персоналу.
- 10 Мотивація як інструмент просування ідей економіки вражень.
- 11 Соціальний розвиток колективів підприємств.
- 12 Корпоративна соціальна відповідальність в ідеях теорії економіки вражень.
- 13 Зміна сутності менеджменту з урахуванням змін у технологіях, організації та лідерстві.
- 14 Технології управління персоналом в умовах економіки вражень.

3 Питання на залік

- 1 Основні імперативи, що визначають розвиток людського суспільства в майбутньому.
- 2 Сутність гуманізації економічного розвитку.
- 3 Роль людини в економіці.
- 4 Моделі людини в економіці.
- 5 Сутність економіки вражень.
- 6 Моделі ставлення споживача до підприємства та його продукції.

- 7 Значення розвитку ідей «економіки вражень» у суспільстві.
- 8 Орієнтація на споживача як напрямок економіки вражень.
- 9 Значення індивідуального підходу до споживача.
- 10 Форми лояльності споживачів та заходи щодо її забезпечення.
- 11 Потреби людини в теорії економічної думки.
- 12 Класифікація потреб. Теорії потреб.
- 13 Благо як економічна категорія.
- 14 Цінності та духовні потреби людини.
- 15 Роль організаційної культури в реалізації концепції економіки вражень.
- 16 Залежність форми мотивації персоналу від форми організаційної культури на підприємстві.
- 17 Основні елементи організаційної культури організації.
- 18 Напрями удосконалення організаційної культури.
- 19 Поняття та види лояльності персоналу.
- 20 Принципи соціального управління.
- 21 Конкурентоспроможність підприємств в умовах економіки вражень.
- 22 Швидкість задоволення споживачів як умова забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
- 23 Мотивація як інструмент просування ідей економіки вражень.
- 24 Типи мотивування персоналу.
- 25 Теорії процесу мотивації.
- 26 Концепція партисипативного управління.
- 27 Планування соціального розвитку колективів підприємств.
- 28 Розділи плану соціального розвитку.
- 29 Форми соціального захисту персоналу.
- 30 Склад соціального пакета на підприємстві.
- 31 Якість трудового життя.
- 32 Сучасні принципи менеджменту якості.
- 33 Технології управління персоналом в умовах економіки вражень.
- 34 Корпоративна соціальна відповідальність в ідеях теорії економіки вражень.

- 35 Етапи розвитку концепції та практики соціальної відповідальності.
- 36 Основні принципи соціальної відповідальності організації.
- 37 Переваги соціального та етичного менеджменту.
- 38 Зміна сутності менеджменту з урахуванням змін у технологіях, організації та лідерстві.
- 39 Якість життя людини.
- 40 Риси високоефективних організацій.
- 41 Основні навички персоналу високоефективної організації.
- 42 Розвиток лідерства в організації.
- 43 Риси сучасного менеджера та лідера.
- 44 Види конфліктів у колективі.
- 45 Методи розв'язання конфліктів у колективі.
- 46 Індекс розвитку людського потенціалу.
- 47 Ієрархія потреб А. Маслоу.
- 48 Теорія потреб Мак-Клелланда.
- 49 Ключові принципи моральності сучасного суспільства.
- 50 Стили управління персоналом.
- 51 Людина як особистість – основний ресурс розвитку економіки.
- 52 Концепція маркетингу партнерських відносин.
- 53 Ефективність інвестицій у людський капітал.

4 Вимоги до оформлення контрольної роботи

Контрольну роботу (реферат) оформлюють, враховуючи такі вимоги:

- обсяг контрольної роботи (реферату) – від десяти сторінок комп'ютерного набору у форматі А4. Міжрядковий інтервал 1,5. Шрифт Times New Roman, розмір (кегель) – 14. Абзац – 1,2 мм. Поля з усіх боків мають складати 20 мм;
- рисунки і таблиці набираються шрифтом Times New Roman № 12 з одинарним міжрядковим інтервалом;
- перелік літератури має містити відомості з доступних джерел і бути оформлений згідно з чинними стандартами. Посилання в тексті на літературу подаються в прямих дужках, наприклад: [5]. Кількість літературних джерел – не менше п'яти.

Приклад оформлення переліку літератури:

1 Виноградський М.Д. Управління персоналом: навч. посіб. для ВНЗ / М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. — К.: ЦУЛ, 2006. — 500 с.

2 Сердюк О.Д. Теорія та практика менеджменту / О.Д. Сердюк. — К.: Професіонал, 2004. — 432 с.

Контрольна робота (реферат) має складатися з логічно взаємопов'язаних розділів відповідно до нижченаведеної схеми:

1) титульний аркуш (зразок оформлення наведено в додатку А);

2) план;

3) вступ (розкриває актуальність теми);

4) основна частина;

5) висновок;

6) перелік літератури.

5 Вимоги до захисту контрольної роботи та заліку

Оформлена відповідно до установлених вимог контрольна робота (переплетена) подається керівнику. Керівник перевіряє відповідність завданню змісту контрольної роботи, якість її розроблення, правильність оформлення. Зауваження керівник робить на сторінках тексту.

Недоліки, визначені в роботі, мають бути усунені до захисту. Робота допускається до захисту, якщо на ній є позначка керівника „до захисту” чи „до захисту після доопрацювання”.

Захист контрольної роботи відбувається у встановлені керівником терміни і складається із відповідей студента за темою роботи на питання викладача. Відповідь студента має бути обґрунтованою та чіткою.

Результати захисту визначаються керівником. Захищена робота залишається на кафедрі для збереження.

Для складання заліку з дисципліни необхідно відповісти на запитання або тестові питання за однією із тем і набрати не нижче 60 балів (задовільно).

6 Перелік питань за тематичними критеріями

Тематичний критерій 1. Значення розвитку ідей «економіки вражень» у суспільстві.

V1. Основні імперативи, що визначають розвиток людського суспільства в майбутньому (три відповіді):

- Q1 глобалізація;
- Q2 синергізм;
- Q3 співпраця;
- Q4 гуманізація;
- Q5 стратегічне управління.

V2. Головними цілями зростання суспільства є (три відповіді):

- Q1 зовнішньоекономічна діяльність;
- Q2 людський розвиток;
- Q3 культура суспільства;
- Q4 глобалізм;
- Q5 цінності суспільства.

V3. Гуманізація економічного розвитку – це:

Q1 його якісне удосконалення з акцентуванням на науково-технічний прогрес;

Q2 його спрямованість на прогрес людини;

Q3 його націленість на отримання найкращих соціально-економічних результатів.

V4. Економіка вражень орієнтується:

Q1 на конкурентоспроможність підприємств в умовах ринку;

Q2 на формування високоефективних організацій;

Q3 на відчуття споживача;

Q4 на ефективність діяльності підприємства.

V5. Виберіть з переліку найважливіші принципи гуманістичного розвитку суспільства (три відповіді):

Q1 ліквідація проблеми забезпеченості населення життєво необхідними матеріальними благами;

Q2 забезпечення доступу до освіти, культури;

Q3 виробництво найбільш якісної продукції;

Q4 створення умов для самовираження особистості;

Q5 збільшення рівня народжуваності в країні.

V6. Назвіть цінності сучасного суспільства (три відповіді):

Q1 саморозвиток, постійне навчання;

- Q2 енергійність, націленість на отримання більшого;
- Q3 закритість та відстороненість від проблем інших;
- Q4 досягнення власного успіху з метою розвитку суспільства.

Тематичний критерій 2. Орієнтація на споживача як напрямок економіки вражень.

V1. Оберіть існуючі моделі ставлення споживача до підприємства та його продукції (три відповіді):

- Q1 емоційно-позитивне;
- Q2 інтуїтивне;
- Q3 раціонально-емоційне;
- Q4 індиферентне;
- Q5 оціночно-раціональне.

V2. Кожна з фірм-виробників має нагоду підвищити цінність своєї пропозиції шляхом (дві відповіді):

Q1 збільшення загальної цінності продукту для споживача, покращуючи його технічні характеристики, підвищуючи рівень послуг, кваліфікацію персоналу і корпоративний імідж;

Q2 збільшуючи витрати покупця;

Q3 зменшуючи грошові витрати споживача (знижуючи ціну на продукт).

V3. Чим визначається рівень задоволеності споживача покупкою?

Q1 співвідношенням витрат на придбання та доходів від використання продукту;

Q2 співвідношенням цінності продукту з потребами споживача;

Q3 співвідношенням очікувань споживача з реальними якістьми придбаного продукту.

V4. Здатність товару (послуги) завдяки його властивостям, які є перевагами порівняно з аналогічними властивостями інших товарів (послуг), перемагати у ринковій боротьбі – це:

Q1 конкурентоспроможність продукції;

Q2 конкурентоспроможність підприємства;

Q3 конкурентоспроможність країни.

V5. До показників якості сервісу споживачів товару на ринку належать (три відповіді):

Q1 якість упаковки товару;

- Q2 збільшення питомої ваги прогресивних технологій;
- Q3 гарантійний термін обслуговування;
- Q4 трудомісткість підготовки товару до експлуатації;
- Q5 організаційна структура сервісного центру.

V6. Основними засобами впливу підприємця на споживача є чинники (чотири відповіді):

- Q1 новизна товару і його відповідність інтересам споживача;
- Q2 матеріаломісткість продукції;
- Q3 якість товару;
- Q4 ціна товару;
- Q5 інноваційність технологій виробництва;
- Q6 наявність служби маркетингу та логістики;
- Q7 швидкість подачі товару на ринок.

V7. Оберіть правильну відповідь на запитання: «Що відчуває споживач, коли реальні показники функціонування товару виявилися нижчими за попередні очікування?»

- Q1 задоволення від покупки;
- Q2 розчарування покупкою;
- Q3 бажання співпрацювати з підприємством у майбутньому.

Тематичний критерій 3. Матеріальне виробництво та потреби. Взаємини споживачів та виробництва.

V1. Теорія потреб Мак-Клелланда припускає наявність трьох основних мотивів:

- Q1 потреба в успіху;
- Q2 потреба у владі;
- Q3 потреба в причетності;
- Q4 потреба в самореалізації;
- Q5 потреба у безпеці.

V2. Базовий рівень задоволення потреб забезпечує:

- Q1 виживання людини;
- Q2 можливість появи потреб, які відповідають основним цілям життя людини.

V3. Потреби – це:

- Q1 бажання людей придбати і використати товари і послуги, які доставляють їм задоволення;
- Q2 характеристика незадоволеності споживача;

Q3 початковий пункт, в якому створюються продукти та послуги.

V4. Критерієм, відповідно до якого будується ієрархія потреб А. Маслоу, є:

Q1 пріоритет задоволення потреб;

Q2 поступове ускладнення видів потреб;

Q3 домінування незадоволених потреб над задоволеними.

V5. Залежно від масштабів і структури виробництва потреби розділяються на (три відповіді):

Q1 абсолютні (максимальні) потреби;

Q2 дійсні потреби;

Q3 духовні потреби;

Q4 потреби, які задовольняються фактично;

Q5 потреби розвитку.

V6. Першою базовою якістю людини, яка визначає гуманістичну спрямованість розвитку, є:

Q1 бажання розвиватися самостійно, не враховуючи зовнішнє оточення;

Q2 бажання бути корисним людям, бажання робити добро іншим;

Q3 бажання самоідентифікуватися.

Тематичний критерій 4. Благо як економічна категорія.

V1. Яке з наведених тверджень надає визначення блага?

Q1 корисна річ або послуга, що використовується на відтворювання чинників виробництва;

Q2 те, що здатне задовольняти повсякденні життєві потреби людей, приносити їм користь, приносити задоволення;

Q3 те, що має важливе значення в уявленні конкретної людини, соціальної групи або суспільства.

V2. Блага, що йдуть на споживання (прямі), мають назву:

Q1 соціальних;

Q2 виробничих (інвестиційних);

Q3 довготривалих;

Q4 приватних;

Q5 споживчих.

V3. Групами благ визначають (дві відповіді):

Q1 блага, які є результатом господарської діяльності людей;

- Q2 блага, створені природою;
- Q3 блага, які формуються державою;
- Q4 блага, які створені керівництвом підприємства.

V4. Блага, якими господарюючий суб'єкт розпоряджатиметься в майбутньому, мають назву:

- Q1 соціальних;
- Q2 виробничих (інвестиційних);
- Q3 теперішніх;
- Q4 майбутніх;
- Q5 довготривалих.

V5. Блага, що використовуються господарськими одиницями у виробництві нових благ (машини, верстати, устаткування (непрямі)), мають назву:

- Q1 соціальних;
- Q2 виробничих (інвестиційних);
- Q3 довготривалих;
- Q4 приватних.

Тематичний критерій 5. Система цінностей та її роль у формуванні потреб. Цінності та духовні потреби людини.

V1. Цінності, пов'язані з діяльністю, включають:

- Q1 націленість на творчість, задоволення від добре виконаної роботи;
- Q2 сприйняття краси в усіх формах;
- Q3 приналежність до певної соціальної групи.

V2. Назвіть цінності, які необхідно розвивати в сучасному суспільстві (три відповіді):

- Q1 самоідентифікація особистості;
- Q2 рівність прав усіх людей;
- Q3 патріотизм, любов до Вітчизни;
- Q4 творчість і праця;
- Q5 цінність свободи.

V3. Які з наведених характеристик є характеристиками моральності (чотири відповіді):

- Q1 панування розуму над афектами;
- Q2 прагнення до вищого блага;
- Q3 відданість взаємній справі;
- Q4 ціннісні орієнтири;

- Q5 людяність, або суспільна форма відносин між людьми;
- Q6 слухняність закону;
- Q7 взаємне виконання соціальних норм.

V4. Цінності переживань включають:

- Q1 націленість на творчість, задоволення від добре виконаної роботи;
- Q2 сприйняття краси в усіх формах;
- Q3 приналежність до певної соціальної групи.

V5. За змістом цінності поділяються на (дві відповіді):

- Q1 вартісні;
- Q2 індивідуальні;
- Q3 організації;
- Q4 поведінкові;
- Q5 регіону.

V6. Чи правильним є твердження: «Формуванню людського ставлення до світу передують формування людського ставлення до людини, в чому і полягає справжня духовність»:

- Q1 правильно;
- Q2 неправильно.

V7. Яке з наведених тверджень відповідає визначенню цінності?

- Q1 корисна річ або послуга, що використовується на відтворення чинників виробництва;
- Q2 те, що має важливе значення в уявленні конкретної людини, соціальної групи або суспільства;
- Q3 те, що здатне задовольняти повсякденні життєві потреби людей, приносити їм користь, приносити задоволення.

V8. Що характеризує міру панування людини над самою собою, є показником того, наскільки людина відповідальна за себе, за те, що робить?

- Q1 цінність;
- Q2 потреба;
- Q3 мораль;
- Q4 духовність.

V9. Які з наведених характеристик не є характеристиками моральності (три відповіді):

- Q1 панування розуму над афектами;
- Q2 прагнення до вищого блага;
- Q3 відданість взаємній справі;

- Q4 ціннісні орієнтири;
- Q5 людяність, або суспільна форма відносин між людьми;
- Q6 слухняність закону;
- Q7 взаємне виконання соціальних норм.

Тематичний критерій 6. Конкурентоспроможність підприємств в умовах економіки вражень.

V1. Конкурентні переваги, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їхньої діяльності, мають назву:

- Q1 зовнішніх конкурентних переваг;
- Q2 внутрішніх конкурентних переваг;
- Q3 технічних конкурентних переваг.

V2. Види інновацій, які необхідні для реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності товару (три відповіді):

- Q1 виробництво на тій самій технічній базі;
- Q2 удосконалення взаємодії із зовнішнім середовищем;
- Q3 засвоєння нового ринку;
- Q4 впровадження нової техніки на основі винаходів;
- Q5 навчання персоналу.

V3. Підвищення безпеки праці, рівня освіченості робітників, покращення умов праці належить доконкурентної переваги:

- Q1 економічної;
- Q2 екологічної;
- Q3 соціальної;
- Q4 науково-технічної.

V4. Оберіть причини посилення конкуренції між підприємствами (дві відповіді):

- Q1 збільшення кількості конкуруючих підприємств;
- Q2 попит на товар зростає повільно;
- Q3 зменшення кількості конкуруючих підприємств;
- Q4 фірми задоволені своєю часткою ринку.

V5. Методами конкуренції є (дві відповіді):

- Q1 збільшення ціни;
- Q2 зменшення якості сервісу;

- Q3 зниження ціни;
- Q4 підвищення якості товару.

V6. Конкурентоспроможність товару збільшується внаслідок (дві відповіді):

- Q1 збільшення ціни;
- Q2 збільшення питомої ваги прогресивних технологій;
- Q3 збільшення кваліфікації персоналу;
- Q4 збільшення доходності організації.

Тематичний критерій 7. Цінність товару, задоволення споживачів та покупна лояльність. Забезпечення задоволеності та цінності для споживачів.

V1. Найбільш лояльними є ті клієнти, які віддають перевагу підприємству в силу:

- Q1 найбільшої якості продукції підприємства серед її аналогів на ринку;
- Q2 емоційного фактора;
- Q3 найкращого сервісного обслуговування і територіального розміщення підприємства.

V2. Сприймана споживачем цінність (вартість) визначається як:

- Q1 різниця між загальними витратами та загальною цінністю пропозиції для споживача;
- Q2 різниця між справедливою та споживчою вартістю пропозиції;
- Q3 різниця між загальною цінністю пропозиції для споживача і його загальними витратами.

V3. Аспектами цінностей, на які звертає увагу споживач, є (три відповіді):

- Q1 електронні системи комунікацій;
- Q2 торгова марка;
- Q3 соціально-психологічні аспекти покупки;
- Q4 високий рівень розвитку банківських послуг;
- Q5 якість сервісу.

V4. Основними правилами успішної діяльності фірми є (дві відповіді):

- Q1 націленість на споживача;
- Q2 близькість розташування постачальників;
- Q3 впровадження менеджменту якості на підприємстві;

- Q4 мінімізація витрат;
- Q5 операції на фондовому ринку.

V5. Роль індикатора підприємницького процесу належить:

- Q1 керівнику підприємства;
- Q2 персоналу підприємства;
- Q3 споживачу;
- Q4 державним органам влади.

Тематичний критерій 8. Роль організаційної культури в реалізації концепції економіки вражень.

V1. Головними компонентами організаційної культури є (три відповіді):

- Q1 культура управління;
- Q2 культура виробництва;
- Q3 підприємницька культура;
- Q4 стратегічне управління;
- Q5 науково-технічний прогрес на підприємстві.

V2. Інструментами організаційної культури є (три відповіді):

- Q1 науково-технічна політика галузі;
- Q2 етичний кодекс підприємства;
- Q3 соціальна політика підприємства;
- Q4 статутні документи підприємства;
- Q5 політика управління персоналом.

V3. Дух новаторства, творчості при вирішенні проблем, здатність йти на ризик, ініціативність та особиста свобода характерні для виду організаційної культури:

- Q1 кланового;
- Q2 адхократичного;
- Q3 ринкового;
- Q4 ієрархічного.

V4. Для цільової організаційної культури характерно:

- Q1 координуючий характер влади, оптимальні умови для особистісного розвитку;
- Q2 чітка орієнтація на вирішення конкретних задач; застосування командних методів роботи і жорстких методів контролю та звітності;

Q3 наявність бюрократичних процедур, чітка регламентація прав і обов'язків усіх працівників, наявність програм поступового кар'єрного зростання.

V5. Напрямами удосконалення організаційної культури є (три відповіді):

Q1 централізація керування;

Q2 організація розвиваючих занять для керівників;

Q3 введення погодинної оплати праці для працівників підприємства;

Q4 зміна оплати праці лінійних керівників;

Q5 збільшення рівня оплати праці працівників.

V6. Для особистісної організаційної культури характерно:

Q1 координуючий характер влади, оптимальні умови для особистісного розвитку;

Q2 чітка орієнтація на вирішення конкретних задач; застосування командних методів роботи і жорстких методів контролю та звітності;

Q3 наявність бюрократичних процедур, чітка регламентація прав і обов'язків усіх працівників, наявність програм поступового кар'єрного зростання.

V7. Ієрархічна організаційна культура характеризується:

Q1 сприятливим соціально-психологічним кліматом, згуртованістю колективу, турботою керівництва про трудовий колектив;

Q2 формалізацією процесів, плановістю, стабільністю, гарантіями;

Q3 спрямованістю на результат, досягненням поставлених задач, постійною конкуренцією, жорсткістю і вимогливістю керівництва.

V8. Основні елементи організаційної культури організації — це (три відповіді):

Q1 цінності, соціальні установки;

Q2 моральні принципи і ділова етика;

Q3 методи мотивації працівників;

Q4 технічні рішення;

Q5 організаційна структура.

Тематичний критерій 9. Лояльність персоналу.

V1. Лояльність персоналу – це:

Q1 налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

Q2 прозорість цілей і достовірна інформація про результати діяльності і стратегії компанії;

Q3 добропорядне, коректне, відверте, поважне ставлення до керівництва, співробітників, компанії в цілому; усвідомлене виконання працівником своєї роботи відповідно до цілей та задач компанії.

V2. Лояльність персоналу, пов'язана з необхідністю персоналу залишатися на підприємстві внаслідок впливу на нього, характеризує тип лояльності персоналу:

Q1 поведінковий;

Q2 нормативний;

Q3 афектний.

V3. Найбільш результативними кроками щодо зміцнення лояльності персоналу є такі (дві відповіді):

Q1 збільшення децентралізації системи управління;

Q2 прозорість цілей і достовірна інформація про результати діяльності;

Q3 впровадження системи управління персоналом;

Q4 створення середовища, в якому людина зможе розкритися найповніше для проекту і для себе.

V4. Для імітаційної лояльності характерно:

Q1 працівник прагматичний, емоційно бідний. Зробити його лояльним може тільки високий ступінь задоволеності власних потреб на даному підприємстві;

Q2 емоційно працівник жодним чином не пов'язаний з підприємством, може з легкістю змінити роботу, не відчувши ніякого жалю;

Q3 організація ігнорує прихильність працівника.

Тематичний критерій 10. Мотивація як інструмент просування ідей економіки вражень.

V1. Потреба аналізувати власні мотиви та почуття, спостерігати за іншими людьми належить до мотиву:

- Q1 приналежності;
- Q2 самопізнання;
- Q3 автономії;
- Q4 безпеки.

V2. Мотивація складається з трьох елементів. Назвіть їх:

- Q1 споживання;
- Q2 потреби;
- Q3 винагорода;
- Q4 спонукання;
- Q5 ресурсне забезпечення.

V3. Нематеріальними організаційними чинниками, що підвищують невдоволення трудовою діяльністю в організації і які впливають на збільшення нелояльності працівників, є (три відповіді):

Q1 низька затребуваність результатів праці та досягнень у роботі;

Q2 позитивне ставлення до професійної діяльності в колективі;

Q3 неможливість самореалізації на займаній професійній позиції;

Q4 відсутність позитивних емоційних зв'язків та взаємодопомоги між співробітниками;

Q5 здоровий соціально-психологічний клімат у колективі.

V4. Мотив — це :

Q1 процес дії на людину з метою спонукання до дій;

Q2 те, що виникає і є усередині людини, що достатньо загальне для різних людей, але в той же час має певний індивідуальний прояв у кожної людини;

Q3 те, що викликає певні дії людини.

V5. Теоріями процесу мотивації є такі (три відповіді):

Q1 теорія очікування;

Q2 теорія рівності;

Q3 теорія вибору;

Q4 теорія потреб;

Q5 теорія партисипативного управління.

V6. Сутність концепції партисипативного управління виходить з того, що :

Q1 в процесі роботи людина порівнює те, як були оцінені її дії, з тим, як були оцінені дії інших;

Q2 якщо людина в організації зацікавлено бере участь у різній внутрішньоорганізаційній діяльності, одержуючи від цього задоволення, то вона працює з більшою віддачею, краще, більш якісно і продуктивно;

Q3 поведінка людини визначається тією метою, яку вона ставить перед собою, оскільки саме ради досягнення поставленої перед собою мети вона здійснює певні дії.

V7. До внутрішніх способів мотивації належать (три відповіді):

Q1 цікавий зміст праці;

Q2 вагомість діяльності для суспільства;

Q3 заробітна плата;

Q4 додаткові пільги;

Q5 спілкування з колегами;

Q6 кар'єра.

V8. Застосування комплексної теорії мотивації передбачає:

Q1 задоволеність працівника залежить не тільки від отримання високих результатів роботи, але й від факту здійснення власних трудових зусиль;

Q2 задоволеність працівника залежить тільки від отримання високих результатів роботи;

Q3 задоволеність працівника залежить від факту здійснення власних трудових зусиль.

Тематичний критерій 11. Соціальний розвиток колективів підприємств.

V1. План соціального розвитку – це:

Q1 ступінь участі підприємств галузі у вирішенні пріоритетних соціальних проблем, що існують на загальнодержавному, галузевому та організаційному рівнях;

Q2 система методів і засобів планомірного управління розвитком трудового колективу;

Q3 сукупність науково обґрунтованих заходів, завдань, показників за комплексом соціальних проблем, реалізація яких сприяє найбільш ефективному функціонуванню колективу.

V2. Різновидами соціальної структури є (дві відповіді):

Q1 функціонально-виробнича;

Q2 інноваційно-технологічна;

Q3 професійно-кваліфікаційна;

Q4 споживча.

V3. Назвіть принципи соціального управління (дві відповіді):

- Q1 мотивація праці;
- Q2 раціональна кадрова політика;
- Q3 прибутковість діяльності;
- Q4 єдиноначальство управління;
- Q5 координація діяльності.

V4. Соціальна підсистема суспільства має на меті:

- Q1 забезпечення високого рівня життя людей;
- Q2 прагнення до вищого блага;
- Q3 розвиток культури, науки, освіти, творчого потенціалу особистості;
- Q4 підвищення продуктивності праці, зниження витрат виробництва.

V5. Прийняття рішення про розробку плану соціального розвитку, формування робочих груп, уточнення структури плану, складання календарних графіків виконуються в межах етапу плану соціального розвитку колективу:

- Q1 аналітичного;
- Q2 стимулюючого;
- Q3 підготовчого;
- Q4 контрольного.

Тематичний критерій 12. Корпоративна соціальна відповідальність в ідеях теорії економіки вражень.

V1. Назвіть різницю між юридичною та соціальною відповідальністю:

- Q1 більш широке коло об'єктів управління;
- Q2 добровільний відклик на соціальні проблеми з боку підприємства;
- Q3 масштабність проблем, що вирішуються.

V2. До внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу належать (три відповіді):

- Q1 безпека праці;
- Q2 стабільність заробітної плати;
- Q3 взаємодія з органами влади;
- Q4 надання допомоги працівникам;
- Q5 спонсорство.

V3. Вищий рівень соціальної відповідальності організації передбачає:

Q1 забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але і життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла;

Q2 своєчасну оплату податків, виплату заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць;

Q3 благодійну діяльність.

V4. Соціальна відповідальність бізнесу дозволяє (три відповіді):

Q1 збільшити прибуток, прискорити темпи зростання компанії;

Q2 скоротити операційні витрати;

Q3 зменшити продуктивність праці робітників;

Q4 зменшити лояльність персоналу;

Q5 збільшити конкурентоспроможність підприємства.

V5. До зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу належать (три відповіді):

Q1 безпека праці;

Q2 стабільність заробітної плати;

Q3 взаємодія з органами влади;

Q4 надання допомоги працівникам;

Q5 спонсорство;

Q6 охорона навколишнього середовища.

V6. Базовий рівень соціальної відповідальності організації передбачає:

Q1 забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але і життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла;

Q2 своєчасну оплату податків, виплату заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць;

Q3 благодійну діяльність.

V7. Основними принципами соціальної відповідальності організації є такі (дві відповіді):

Q1 отримання максимально можливого доходу;

Q2 налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

Q3 отримання репутації надійної організації, яка відповідально ставиться до соціальних та екологічних проблем;

Q4 обґрунтованість управлінських рішень.

Тематичний критерій 13. Зміна сутності менеджменту з урахуванням змін у технологіях, організації та лідерстві.

V1. Теорія "....." заснована на переконанні, що без активного втручання керівників працівники залишаються пасивними, отже, їх необхідно переконувати, заохочувати чи карати і пильнувати за їх діяльністю:

Q1 У;

Q2 Х;

Q3 Z.

V2. Характерні риси високоефективної організації (три відповіді):

Q1 постійне індивідуальне, групове і загальнофірмове навчання як ціль організації;

Q2 зменшення витрат на навчання та підготовку персоналу;

Q3 орієнтація на оперативне виявлення та якісне задоволення запитів споживачів;

Q4 раціональне розпорядження ресурсами;

Q5 максимальний прибуток.

V3. За відношенням до споживача високоефективній організації властиво (дві відповіді):

Q1 кожний працівник націлений на виявлення потреб споживачів та засоби їх задоволення;

Q2 ніхто з робітників не має повних знань стосовно стандартів, які використовуються споживачами для визначення якості кінцевого продукту;

Q3 кожна людина є внутрішнім чи зовнішнім споживачем та постійно бажає зрозуміти та задовольнити потреби іншого.

V4. Основними навиками персоналу високоефективної організації мають бути (три відповіді):

Q1 навика до виконання складних завдань;

Q2 навика ефективної комунікації;

Q3 навика до навчання;

Q4 навика роботи в команді;

Q5 навика колективного виявлення та вирішення проблеми.

V5. Для високоефективної організації властиво (дві відповіді):

Q1 працівники бачать зв'язок між тим, що вони роблять, та успіхом кінцевого продукту;

Q2 працівники ніколи не залучаються до вирішення проблем;

Q3 працівник сам визначає темпи своєї роботи;

Q4 працівники отримують завдання зверху та чітко їх дотримуються.

V6. Назвіть риси сучасного менеджера (чотири відповіді):

- Q1 відповідальність;
- Q2 комунікабельність;
- Q3 психологічна підготовка;
- Q4 фізична підготовка;
- Q5 бачення цілей;
- Q6 аналітичний ум.

V7. Назвіть принципи соціального управління (дві відповіді):

- Q1 мотивація праці;
- Q2 раціональна кадрова політика;
- Q3 прибутковість діяльності;
- Q4 єдиноначальство управління;
- Q5 координація діяльності.

V8. Високоєфективна організація – це (дві відповіді):

- Q1 організація, орієнтована на оперативне виявлення та якісне задоволення запитів споживачів;
- Q2 організація, яка має найбільші конкурентні переваги;
- Q3 організація, динаміка розвитку якої має висхідний характер;
- Q4 організація, яка відрізняється спроможністю до постійного оновлення, розвитку.

V9. Високий рівень організаційної єдності забезпечується (три відповіді):

- Q1 створенням сприйнятливого соціально-психологічного клімату;
- Q2 значною диференціацією доходів персоналу;
- Q3 формуванням загальної ідеології;
- Q4 матричною структурою організації;
- Q5 узгодженням організаційних та індивідуальних цілей.

Тематичний критерій 14. Технології управління персоналом в умовах економіки вражень.

V1. Визначте результати навчання персоналу (три відповіді):

- Q1 збільшення швидкості роботи;
- Q2 збільшення втрат від непередбачених подій;
- Q3 зниження вірогідності поломок обладнання;

Q4 збільшення корпоративної свідомості персоналу;

Q5 закриття потоку інформації між працівниками.

V2. Менеджмент персоналу включає (дві відповіді):

Q1 набір персоналу;

Q2 навчання та підвищення кваліфікації персоналу;

Q3 організаційну єдність кадрів;

Q4 вивчення потреб персоналу.

V3. Основу концепції управління персоналом підприємства складають (три відповіді):

Q1 реалізація інвестиційної політики;

Q2 досягнення власного успіху з метою розвитку суспільства;

Q3 впровадження нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу;

Q4 розробка і застосування на підприємстві економічних стимулів і соціальних гарантій;

Q5 розробка заходів щодо соціального партнерства.

V4. Управління персоналом – це:

Q1 діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей як організації, так і індивідуальних (особистих);

Q2 те, що здатне задовольняти повсякденні життєві потреби людей, приносити їм користь, приносити задоволення;

Q3 виняткова за своїми окремими характеристиками, тобто розроблена відповідно до індивідуальних потреб споживачів економічна пропозиція.

V5. До якої підсистеми управління персоналом належить оцінювання виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, управління виробничими конфліктами та стресами, соціально-психологічна діагностика:

Q1 мотивація персоналу;

Q2 атестація і ротація кадрів;

Q3 облік співробітників підприємства;

Q4 організація трудових відносин на підприємстві.

V6. До особливостей сучасного процесу вдосконалення управління персоналом належать (три відповіді):

Q1 розвиток механізмів планування кар'єри для ключових працівників;

Q2 удосконалення взаємодії з зовнішнім середовищем;

Q3 створення корпоративної культури інноваційного типу;

Q4 взаємне виконання соціальних норм;

Q5 засвоєння нового ринку.

Список літератури

- 1 Бабосов, Е.М. Нравственная культура личности [Текст] / Е.М. Бабосов. — Минск: Наука и техника, 1985. — 183 с.
- 2 Булеев, И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика [Текст]: монография / И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая, Е.В. Черных. — Донецк: ДонНТУ, 2008. — 136 с.
- 3 Беляева, И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект [Текст]: монография / И.Ю. Беляева. — М.: КноРус, 2008. — 503 с.
- 4 Вайнцвейг, А. Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем [Текст]: [пер. с англ.] / А. Вайнцвейг. — М.: Добрая книга, 2006. — 152 с.
- 5 Верещагина, Л.А. Психология потребностей и мотивация персонала [Текст] / Л.А. Верещагина, И.М. Карелина. — Харьков: Гуманитарный центр, 2005. — 156 с.
- 6 Виноградський, М.Д. Управління персоналом [Текст]: навч. посіб. для ВНЗ / М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська, О.М. Шкапова. — К. : ЦУЛ, 2006.— 500 с.
- 7 Дымшиц, М.Н. Манипулирование покупателем [Текст] / М. Н. Дымшиц. — М.: Омега-Л, 2004. — 252 с.
- 8 Пайн, Д. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена [Текст] / Джозеф Пайн, Джеймс Х. Гилмор. — М.: Изд-во «Вильямс», 2005. — 304 с.
- 9 Дикань, В.Л. Экономика предприятия [Текст]: учебник / В.Л. Дикань, Е.В. Шраменко, Н.В. Якименко. — Харьков: УкрДАЗТ, 2008. — 274 с.
- 10 Друкер, П. Энциклопедия менеджмента [Текст]: [пер. с англ.] / П. Друкер. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.
- 11 Єрмоленко, М.М. Менеджмент [Текст]: навч. посіб. / М.М. Єрмоленко, С.А. Єрохін, О.А. Стороженко. — К.: Національна академія управління, 2006. — 656 с.
- 12 Искусство управления людьми [Текст] / Ф. Хансейкер, Э. Алессандра; перевод с англ. В. Кашникова. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004.— 178 с.
- 13 Корпоративна культура [Текст]: навч. посіб. / за заг. ред. Г.Л. Хаєт. — К.: Центр навч. л-ри, 2003. — 402 с.

14 Котлер, Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі; переклад з англ. С. Яринич. — К.: Стандарт, 2005. — 302 с.

15 Кузьмін, О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту [Текст]: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Львів: Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2002. — 123 с.

16 Организационно-экономическая психология [Текст]: хрестоматия / К.В. Сельченко. — Минск: Харвест, 2004 — 432 с.

17 Павлова, В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення [Текст] / В.А. Павлова. — Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. — 276 с.

18 Первин, Л. Психология личности: Теория и исследования [Текст] / Л. Первин, О. Джон; пер. с англ. М.С. Жамкочьян; под ред. В.С. Могуна. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 607 с.

19 Самоукина, Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах [Текст] / Н.В. Самоукина. — М. : Вершина, 2006. — 224 с.

20 Сердюк, О.Д. Теорія та практика менеджменту [Текст] / О.Д. Сердюк. — К. : Професіонал, 2004. — 432 с.

21 Хаєт, Г.Л. Управление мотивацией труда и оптимизация его среды [Текст] / Г.Л. Хаєт, А.Л. Еськов. — Донецк : Ин-т экон. пром-сти НАН Украины, 2000. — 553 с.

22 Шейн, Э. Организационная культура и лидерство [Текст]: [пер. с англ.] / Э. Шейн; под ред. В.А. Спивака. — СПб. : Питер, 2002. — 336 с.

Додаток А

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Кафедра „Економіка та управління виробничим і комерційним
бізнесом”

Контрольна робота з дисципліни „Економіка вражень”

(тема роботи)

КРЕ.016.02.06

*(де 016 – це останні 3 цифри зал. книжки, 02 – заочна форма
навчання, 06 – шифр кафедри ЕУВ і КБ)*

Керівник роботи _____
(посада, вчене звання)

_____ (підпис) _____ (ініціали і прізвище)
" _____ " _____ 201__

Розробив студент(ка) _____
(група, курс, спеціальність)

_____ (підпис) _____ (ініціали і прізвище)

Харків 201__ рік

