

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»



**УТВЕРЖДАЮ**  
Заместитель директора  
по учебно-воспитательной работе  
Н.А. Авакова  
« 30 » августа 20 21 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.07 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО  
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

**Уровень образования, на базе** основное общее образование, среднее общее  
**которого осваивается ППССЗ:** образование  
**Форма обучения:** очная, заочная

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии  
«Учетно-экономических дисциплин, поварского,  
кондитерского дела и транспорта»  
Протокол № от « 30 » августа 20 21 г.  
Председатель ц/к А.С. Дуракова

Ставрополь, 2021

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) и рабочей программы учебной дисциплины ОП.07 Основы предпринимательской деятельности.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Ставропольский кооперативный техникум»

Разработчик (и):

Одинец Н.Г., преподаватель ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Фонд оценочных средств по рабочей программе учебной дисциплины ОП.07 Основы предпринимательской деятельности рекомендован Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Протокол № 5 от 1 июня 2021 года

Фонд оценочных средств по рабочей программе учебной дисциплины ОП.07 Основы предпринимательской деятельности рекомендован Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Последние изменения Протокол № 1 от 30 августа 2021 года

## **Содержание**

1. Паспорт фонда оценочных средств по программе дисциплины
  - 1.1. Область применения.
    - 1.1.1. Освоенные умения и освоенные знания
  - 1.2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины
    - 1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины
- 2 .Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний.
- 3.Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
  - 3.1.Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине
  - 3.2. Задания для промежуточной аттестации по дисциплине
4. Тематика рефератов, индивидуальных проектов для текущего контроля умений и знаний

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины **ОП.07 Основы предпринимательской деятельности** программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**

Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	применять полученные знания и анализировать конкретные ситуации повседневной деловой жизни; определить свои возможности в предпринимательской деятельности	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; определить свои возможности в предпринимательской деятельности; выбирать и обосновывать предпринимательские идеи, выбирать сферу деятельности	содержание актуальной нормативно-правовой документации; законодательные основы создания и ведения предпринимательской деятельности.
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 05	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять

		толерантность в рабочем коллективе
ОК 10	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о своей предпринимательской деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои планы (текущие и планируемые)	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов предпринимательской деятельности
ОК 11	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ЛР1-ЛР15		

*Проверяемые компетенции:*

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

*Проверяемые личностные результаты:*

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионально конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР 13 Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

ЛР 14 Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР 15 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

**Фонд оценочных средств позволяет оценивать:**

**1.1.1 Освоенные умения и усвоенные знания:**

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</i>	<i>Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены</i>	<i>Какими процедурами производится оценка</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</li> <li>- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации;</li> <li>- формат оформления результатов поиска информации содержание актуальной нормативно-правовой документации;</li> <li>- законодательные основы создания и ведения предпринимательской деятельности;</li> <li>- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;</li> <li>- основы проектной деятельности;</li> <li>- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;</li> <li>- проявлять толерантность в рабочем коллективе</li> <li>- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;</li> <li>- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уровень освоения учебного материала;</li> <li>- умение использовать теоретические знания и практические умения при выполнении профессиональных задач;</li> <li>- уровень сформированности общих компетенций.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Устный опрос.</li> <li>- Письменный контроль.</li> <li>- Защита практических занятий;</li> <li>- Тестирование.</li> <li>- Решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий.</li> <li>- Рефераты,</li> <li>- Презентационный материал.</li> <li>- Экзамен.</li> <li>- Оценка результатов самостоятельной работы.</li> </ul>

<p>предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы финансовой грамотности;</li> <li>- правила разработки бизнес-планов;</li> <li>- порядок выстраивания презентации;</li> <li>- кредитные банковские продукты</li> </ul>		
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять полученные знания и анализировать конкретные ситуации повседневной деловой жизни;</li> <li>- определить свои возможности в предпринимательской деятельности;</li> <li>- определять задачи для поиска информации;</li> <li>- определять необходимые источники информации;</li> <li>- планировать процесс поиска;</li> <li>- структурировать получаемую информацию;</li> <li>- выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>- оценивать практическую значимость результатов поиска;</li> <li>- оформлять результаты поиска</li> <li>- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>- определить свои возможности в предпринимательской деятельности;</li> <li>- выбирать и обосновывать предпринимательские идеи;</li> <li>- выбирать сферу деятельности</li> <li>- организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</li> </ul>	<p>Демонстрация умений составления плана действий.</p> <p>Демонстрация умений выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи.</p> <p>Демонстрация умений составлять эффективную презентацию идеи</p> <p>открытия собственного дела в профессиональной деятельности.</p> <p>Демонстрация умений определять источники финансирования предпринимательской деятельности.</p> <p>Демонстрация умений составления и оформления бизнес-плана.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Устный опрос.</li> <li>- Письменный контроль.</li> <li>- Защита практических занятий;</li> <li>- Тестирование.</li> <li>- Решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий.</li> <li>- Рефераты,</li> <li>- Презентационный материал.</li> <li>- Защита бизнес-планов.</li> <li>- Экзамен.</li> <li>- Оценка результатов самостоятельной работы.</li> </ul>



<p>особенности социального и культурного контекста;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила оформления документов и построения устных сообщений;</li> <li>- разрабатывать бизнес-план предприятия на основе современных программных технологий;</li> <li>- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>- строить простые высказывания о своей предпринимательской деятельности;</li> <li>- кратко обосновывать и объяснить свои планы (текущие и планируемые);</li> <li>- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</li> <li>- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</li> <li>- оформлять бизнес-план;</li> <li>- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;</li> <li>- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- презентовать бизнес-идею;</li> <li>- определять источники финансирования</li> </ul>		
--	--	--

**В ходе оценивания учитываются в том числе и личностные результаты (см. раздел 2 Программы воспитания).**

### **1.2 Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины**

В соответствии с локальными актами и учебным планом изучение дисциплины ОП.07 **Основы предпринимательской деятельности** завершается в форме экзамена, а текущий контроль осуществляется в форме защиты оценки деятельности во время практических работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

### 1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины

Промежуточная аттестация освоенных умений и усвоенных знаний по дисциплине ОП.07 **Основы предпринимательской деятельности** осуществляется на экзамене. Условием допуска к экзамену является положительная текущая аттестация по практическим работам учебной дисциплины, ключевым теоретическим вопросам дисциплины. Экзамен проводится по разработанным заданиям для промежуточной аттестации.

Экзамен включает в себя выполнение заданий двух уровней: задание I уровня в виде тестового задания, задания II уровня в виде защиты бизнес-плана с целью получения кредита в банке.

Задание «Тестирование» состоит из теоретических вопросов, сформированных по разделам и темам дисциплины. Предлагаемое для выполнения тестовое задание состоит из 40 вопросов закрытой формы с выбором ответа. Выполнение задания «Тестирование» реализуется посредством применения прикладных компьютерных программ, что обеспечивает возможность генерировать для каждого обучающегося уникальную последовательность заданий, содержащую требуемое количество вопросов и исключаящую возможность повторения заданий. Вопросы выдаются в произвольном порядке. При выполнении задания «Тестирование» обучающемуся предоставляется возможность в течение всего времени, отведенного на выполнение задания, вносить изменения в свои ответы, пропускать ряд вопросов с возможностью последующего возврата к пропущенным заданиям.

Оценка за выполнение задания I уровня «Тестирование» определяется суммированием правильных ответов на вопросы. Ответ считается правильным, если при ответе на вопрос закрытой формы с выбором ответа выбран правильный ответ.

**Критерии оценки задания I уровня «Тестирование»**

Количество правильных ответов	Количество набранных баллов	Оценка
дано 20 правильных ответов и менее	набрано 50 баллов и менее	«неудовлетворительно»
дано от 21 до 27 правильных ответов	набрано от 51 до 68 баллов	«удовлетворительно»
дано от 28 до 34 правильных ответов	набрано от 69 до 84 баллов	«хорошо»
дано от 35 до 40 правильных ответов	набрано от 85 до 100 баллов	«отлично»

Максимальное время, отводимое для выполнения задания первого уровня – 2 часа (академических).

Задание «Защита бизнес-плана» включает в себя доклад обучающегося (до 10 минут) и ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии (до 5 минут). Во время доклада студент может использовать подготовленный наглядный материал, иллюстрирующий основные положения бизнес-плана.

При определении оценки по защите бизнес-плана учитывается содержание бизнес-плана, качество устного доклада и презентационного материала обучающегося, владение материалом, глубина и точность ответов на вопросы. Результаты защиты обсуждаются на закрытом заседании членов комиссии.

Членами экзаменационной комиссии будет предложено аргументированно ответить на вопросы (не более трех), которые будут определены по мотивам

рассмотренных бизнес-планов. Оценка также включает в себя качество презентации и оценку продуктивности использования выделенного времени (тайм менеджмента).

Оценка за задание «Защита бизнес-плана» определяется суммированием баллов (максимальное количество баллов – 100), согласно схемы оценивания бизнес-плана (входит в состав пакета экзаменатора).

Процедура перевода общего количества баллов в оценку осуществляется исходя из следующих критериев:

**Критерии оценки задания II уровня «Защита бизнес-плана»**

Количество набранных баллов	Оценка
набрано 50 баллов и менее	«неудовлетворительно»
набрано от 51 до 68 баллов	«удовлетворительно»
набрано от 69 до 84 баллов	«хорошо»
набрано от 85 до 100 баллов	«отлично»

Процедура выставления общей оценки обучающемуся по экзамену осуществляется исходя из средней оценки по заданиям первого и второго уровня, с приоритетом оценки за выполнение задания второго уровня.

Результат экзамена заносится в «Оценочную ведомость» и подписывается всеми членами экзаменационной комиссии. Оценки объявляются в тот же день.

## 2. Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний

### Содержание

1. Задания для тестового контроля.
2. Тематика творческих работ.

### Задания для тестового контроля знаний

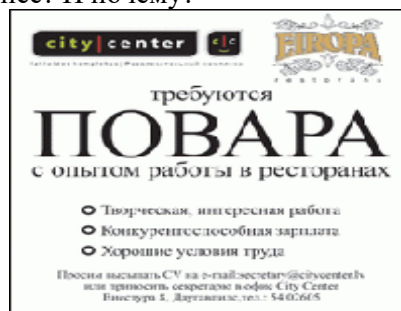
**Темы «Содержание и типология предпринимательской деятельности», «Оценка и отбор предпринимательских идей», «Маркетинговая деятельность», «Реклама как средство продвижения бизнес-идеи»**

#### Тест № 1.

1. Динамический, активный элемент бизнеса, является инициативой самостоятельной деятельности, осуществляемой на свой риск и под свою имущественную ответственность гражданами, или объединением граждан по производству продукции, выполнению работ и оказанию услуг с целью получения прибыли:  
А) предприятие;  
Б) фирма;  
В) предпринимательство;  
Г) бизнес.
2. Особый тип человеческой деятельности, ориентированный на успех, а следовательно, получения прибыли, предусматривает новаторство, как основное средство деятельности:  
А) предпринимательство как экономическая категория;  
Б) предпринимательство;  
В) основы предпринимательской деятельности;  
Г) бизнес.
3. К основным задачам, которые нужно решать в начале предпринимательской деятельности не относятся:  
А) выбор местоположения фирмы;  
Б) отбор кадров;  
В) выбор формы предпринимательской деятельности;  
Г) финансирование и инвестирование.
4. Выберите правильное определение маркетинга:  
А) комплексная система производства, транспортировки и хранения материальных ресурсов;  
Б) деятельность по росту производительности труда в обществе;  
В) вид человеческой деятельности, направленной на улучшение социально-экономической и политической обстановки в обществе;  
Г) предпринимательская деятельность, управляющая продвижением товаров от производителей до потребителей.
5. Термин «маркетинг» означает:  
А) торговую деятельность;  
Б) исследование рынка;  
В) сбытовую деятельность;  
Г) товарно-денежные отношения.
6. Что такое идеальный товар?  
А) любой товар, лежащий на прилавке;  
Б) товар, полностью удовлетворяющий потребность покупателя;  
В) импортный товар очень высокого качества;  
Г) товар, спрос на который очень высок.
7. Что означает конкурентоспособность товара:  
А) возможность товара быть проданным на рынке при наличии конкурирующих товаров;  
Б) активная рекламная кампания по отношению к товару;  
В) реализация товара по относительно низкой цене;

- Г) положительная реакция на товар во время опроса потенциальных потребителей.
8. Маркетинг – это:
- А) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена;
  - Б) умение и искусство трансформировать нужды и запросы потребителей в конкретные товары и услуги;
  - В) деятельность по сбыту готовой продукции;
  - Г) учет материальных ценностей.
9. Известны следующие формы конкуренции:
- А) ценовая;
  - Б) неценовая;
  - В) межотраслевая;
  - Г) монополистическая.
10. Какие виды деятельности не относятся к предпринимательской:
- А) предвыборная;
  - Б) посредническая;
  - В) благотворительная;
  - Г) активная.
11. Схема предпринимательской деятельности может быть представлена в виде логической формулы:
- А)  $T - Дф - Дт - Ф$ ;
  - Б)  $Дф - Ф - Т - Дт$ ;
  - В)  $Ф - Т - Дф - Дт$ ;
  - Г)  $Дт - Ф - Дф - Т$ .
12. Финансовое предпринимательство есть особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают:
- А) деньги и ценные бумаги;
  - Б) духовные ценности;
  - В) товары и услуги;
  - Г) информация.
13. Монополия – это рыночное господство:
- А) одного продавца;
  - Б) нескольких покупателей;
  - В) одного покупателя;
  - Г) нескольких продавцов.
14. Определяющим фактором предложения является:
- А) изменение технологии производства;
  - Б) изменение погодных условий;
  - В) изменение числа производителей;
  - Г) цена товара.
15. Эластичность предложения зависит от:
- А) времен года;
  - Б) уровня товарных запасов;
  - В) погодных условий;
  - Г) от степени удовлетворения потребностей населения в данном товаре.
16. Рыночная цена – это цена, при которой:
- А) на рынке наблюдается избыток товара;
  - Б) на рынке наблюдается дефицит товара;
  - В) товар на рынке отсутствует;
  - Г) количество товара, которое хотят продать производители, равно тому количеству, которое хотят и в состоянии купить потребители.
17. Какой из ниже перечисленных элементов является наиболее важным для рыночной экономики:
- А) эффективные профсоюзы;
  - Б) всеобщее государственное регулирование;

- В) взвешенные действия предпринимателей;  
 Г) активная конкуренция на рынке.
18. Что из ниже перечисленного является признаком только монопольного рынка:  
 А) один продавец;  
 Б) дифференциация продуктов;  
 В) большие постоянные издержки;  
 Г) цена, равная предельным издержкам.
19. Закон спроса выражает:  
 А) обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара;  
 Б) связь между эластичными и неэластичными товарами;  
 В) прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара;  
 Г) меру эластичности каждого товара.
20. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:  
 А) почтовая реклама;  
 Б) наружная реклама;  
 В) подарочные изделия;  
 Г) рекламные сувениры.
21. Рекламно-информационное письмо относится к:  
 А) рекламным материалам;  
 Б) почтовой рекламе;  
 В) рекламным сувенирам;  
 Г) наружной рекламе.
22. Кто главный в рекламе?  
 А) рекламодатель;  
 Б) покупатель;  
 В) менеджер по рекламе.
23. Где надо оценивать рекламу?  
 А) на экране компьютера;  
 Б) на том месте, где она будет работать;  
 В) на доске;  
 Г) на письменном столе.
24. Какой вариант объявления оказался успешнее? И почему?



25. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:  
 А) потребители;  
 Б) рекламодатели;  
 В) рекламодатели;  
 Г) целевые аудитории.
26. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:  
 А) реклама в прессе;  
 Б) печатная реклама;  
 Г) реклама в транспорте;  
 Д) реклама на месте продаж;  
 Е) реклама на радио.
27. Рекламная кампания – это:  
 А) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;

- Б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю;  
В) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью.
28. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:  
А) информационная реклама;  
Б) побудительная реклама;  
В) сравнительная реклама.
29. Основные цели планирования:  
А) создание резервов;  
Б) учет и контроль;  
В) координирование действий коллектива;  
Г) определение рейтинга предприятия.
30. Бизнес-план, учитывающий максимальные риски негативных факторов, событий.  
А) пессимистический;  
Б) реалистичный;  
В) оптимистический;  
Г) инвестиционный.
31. Миссия предприятия:  
А) программа деятельности хозяйствующего субъекта;  
Б) генеральная цель фирмы;  
В) период жизни товара на рынке;  
Г) содержание и последовательность конкретных действий.
32. Разработчики бизнес-плана:  
А) инициаторы проекта;  
Б) международные организации;  
В) региональная администрация;  
Г) научно-исследовательские организации.
33. Требования, предъявляемые к бизнес-плану:  
А) представлять всю информацию, включая мельчайшие подробности;  
Б) объяснять все позиции строго научными, юридическими и другими специальными терминами;  
В) оформлять по-своему усмотрению;  
Г) излагать убедительно и кратко в доступной для понимания форме.
34. В каком разделе необходимо представить информацию о предприятии, его производственной и финансовой деятельности:  
А) в описании предприятия;  
Б) в описании отрасли;  
В) в описании производства;  
Г) в описании рынка;  
Д) во всех перечисленных.
35. Какие цели следует отнести к процедурам бизнес-планирования:  
А) разработка стратегии развития бизнеса;  
Б) моделирования бизнес- процессов;  
В) все перечисленные;  
Г) определение тенденций развития бизнеса.

## Тест № 2.

1. Какой из признаков не характерен для предпринимательской деятельности?  
А) государство несет ответственность по обязательствам предпринимателя;  
Б) деятельность, осуществляемая на свой страх и риск;  
В) систематическое получение прибыли.
2. К основным субъектам предприятия не относится:  
А) предприниматель;

- Б) группы лиц;
  - В) государство;
  - Г) частные лица.
3. Определение потребностей потребителей и управления процесса обмена между предпринимателем и его контрагентами - это функция бизнеса:
- А) производственная;
  - Б) ведение финансов и учета;
  - В) маркетинг;
  - Г) кадровая.
4. Появление маркетинга связано:
- А) с техническим прогрессом;
  - Б) с обострением конкуренции товаропроизводителей;
  - В) с расширением торговых связей;
  - Г) с обострением конкуренции покупателей.
5. Какое из приведенных предложений соответствует маркетинговой ориентации предприятия?
- А) ценовая политика основывается на издержках производства и обращения;
  - Б) производится и продается то, что удастся произвести технологически рационально, надежно и с меньшими издержками;
  - В) упаковка рассматривается, как средство формирования спроса и стимулирования сбыта и лишь затем как средство хранения, транспортировки товара, удобства торговли;
  - Г) руководство деятельностью предприятия ориентируется на учет желаний, потребностей и интересов потребителей.
6. Что является товаром:
- А) стихотворения, опубликованные в поэтическом сборнике;
  - Б) телевизор нового поколения, демонстрируемый на выставке;
  - В) целебная минеральная вода, залитая в сосуд непосредственно из источника;
  - Г) изделие народного промысла, выставленное в музее.
7. Примером человеческих потребностей является:
- А) потребность человека в пище;
  - Б) потребность в безопасности;
  - В) потребность в общении.
8. Маркетинг – это:
- А) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена;
  - Б) умение и искусство трансформировать нужды и запросы потребителей в конкретные товары и услуги;
  - В) деятельность по сбыту готовой продукции;
  - Г) учет материальных ценностей.
9. Рынок продавца – это такой рынок, на котором:
- А) больше власти имеют покупатели;
  - Б) больше власти имеют продавцы;
  - В) более активными «деятелями рынка» приходится быть продавцам;
  - Г) более «активными деятелями рынка» приходится быть покупателям.
10. Какие модели конкуренции характерны для современного рынка:
- А) монополистическая конкуренция;
  - Б) чистая конкуренция;
  - В) чистая монополия;
  - Г) олигополия.
11. Что из перечисленного может относиться к основным факторам предпринимательской деятельности?
- А) основные и оборотные фонды;
  - Б) трудовые ресурсы;
  - В) товары;
  - Г) информация;
  - Д) время.



12. Посредничеством называют предпринимательство, в котором предприниматель выступает в роли:
- А) продавца товаров или услуг;
  - Б) покупателя товаров или услуг;
  - В) производителя товаров или услуг;
  - Г) связующего звена в процессе товарно-денежных операций.
13. В коммерческом предпринимательстве предприниматель:
- А) занимается куплей-продажей ценных бумаг;
  - Б) производит товары и услуги;
  - В) продает готовые товары, приобретенные им у других лиц;
  - Г) выступает в роли связующего звена между покупателем и продавцом.
14. Определяющим фактором спроса является:
- А) изменение доходов потребителей;
  - Б) изменение вкусов потребителей;
  - В) цена товара;
  - Г) изменение числа покупателей.
15. Эластичным спросом на товар называется такой спрос, который изменяется:
- А) в большей степени, чем цена товара;
  - Б) в меньшей степени, чем цена товара;
  - В) в той же степени, как цена товара;
  - Г) в зависимости от уровня товарных запасов.
16. Если цена на товар превысит рыночную цену, то это приведет:
- А) к дефициту товара;
  - Б) к избытку товара;
  - В) к отсутствию данного товара на рынке;
  - Г) не приведет ни к каким изменениям.
17. Потребность – это:
- А) нужда, принявшая специфическую форму;
  - Б) чувство, ощущаемой человеком нехватки чего-либо;
  - В) желание приобрести автомобиль, подкрепленное материальными возможностями;
  - Г) акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего – либо взамен.
18. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:
- А) совершенной конкуренцией;
  - Б) монополистической конкуренцией;
  - В) олигополией;
  - Г) монополией.
19. Закон предложения выражает:
- А) обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара;
  - Б) связь между эластичными и неэластичными товарами;
  - В) прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара;
  - Г) меру эластичности каждого товара.
20. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:
- А) прямая реклама;
  - Б) безличная реклама;
  - В) товарная реклама;
  - Г) престижная реклама.
21. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:
- А) рынок;
  - Б) рекламное агентство;
  - В) средство распространения рекламы.
22. Реклама должна привлекать внимание. Кого?
- А) специалистов по рекламе;
  - Б) всех людей;
  - В) потенциальных покупателей.

23. Что является основным содержанием рекламы?
- А) красивая графика;
  - Б) оригинальный слоган;
  - В) продающие аргументы;
  - Г) красивый текст.
24. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:
- А) стимулирование покупки;
  - Б) информирование о местах продажи;
  - В) формирование спроса потенциальных потребителей;
  - Г) стабилизация круга покупателей.
25. Рекламодатель – это юридическое или физическое лицо, являющееся:
- А) финансирующей стороной производства рекламы;
  - Б) источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы.
26. Укажите, что является основным в фирменном стиле:
- А) товар;
  - Б) фирменная гамма цветов;
  - В) товарный знак, логотип, фирменный блок и т.д.
27. Какой вариант рекламы оказался более успешным и почему?



**Темы «Формирование имущества организуемого бизнеса», «Финансовое обеспечение предпринимательской деятельности», «Юридическое оформление и сопровождение бизнеса», «Бизнес-планирование предпринимательской деятельности».**

#### Тест № 1.

1. Источником формирования имущества некоммерческих организаций не могут быть:
  - А) регулярные и единовременные поступления от учредителей (участников, членов);
  - Б) прибыль от предпринимательской деятельности;
  - В) прибыль от осуществления уставной деятельности организации;
  - Г) дивиденды (проценты), получаемые по акциям, облигациям, другим ценным бумагам и вкладам.
2. Некоммерческая организация может осуществлять:
  - А) любую предпринимательскую деятельность;
  - Б) предпринимательскую деятельность постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых она создана;
  - В) предпринимательскую деятельность согласно учредительным документам;
  - Г) один вид деятельности или несколько видов деятельности, не запрещенных законодательством Российской Федерации и соответствующих целям деятельности, которые предусмотрены ее учредительными документами.
3. Регулярные и (или) единовременные поступления (взносы) от юридических лиц, для которых обязанность осуществлять эти взносы определена федеральным законом, являются источником имущества:
  - А) ассоциации;

- Б) союза;
  - В) государственной корпорации;
  - Г) социального фонда.
4. Некоммерческая организации имеет расходы:
- А) в связи с осуществлением некоммерческой деятельности;
  - Б) в связи с осуществлением коммерческой деятельности;
  - В) в связи с осуществлением как некоммерческой, так и коммерческой деятельности.
5. В случаях и порядке, которые установлены федеральным законом, может быть сформирован уставный капитал за счет части имущества:
- А) в ассоциации (союзе);
  - Б) государственной корпорации;
  - В) потребительском кооперативе;
  - Г) органе общественной самодеятельности.
6. Имеют право распределять часть доходов от предпринимательской деятельности между членами:
- А) коммерческая организация;
  - Б) ассоциации и союзы коммерческих организаций;
  - В) потребительский кооператив;
  - Г) товарищество собственников жилья.
7. План развития бизнеса хозяйствующего субъекта, его стратегия и тактика, направленная на достижение целей организации, основанная на потребностях рынка и возможностях получения необходимых производственных ресурсов.
- А) жизненный цикл проекта;
  - Б) техпромфинплан;
  - В) бизнес-процесс;
  - Г) бизнес-план.
8. Приемы и способы достижения стратегической цели предприятия в относительно кратковременный период.
- А) тактика;
  - Б) координация;
  - В) регулирование;
  - Г) интеграция.
9. Принцип планирования, при котором внутренняя среда организации выступает как единый комплекс и вписывается во внешнюю среду.
- А) координация;
  - Б) интеграция;
  - В) системность (единство);
  - Г) маневренность.
10. Бизнес-план, предполагающий благоприятное развитие событий без рисков и позволяющий получать большую сумму прибыли.
- А) пессимистический;
  - Б) оптимистический;
  - В) консервативный;
  - Г) инвестиционный.
11. Жизнеспособность проекта – способность проекта генерировать доход, обеспечивающий покрытие \_\_\_\_\_ и получение запланированной \_\_\_\_\_ в течение всего расчетного срока службы проекта после пуска в эксплуатацию.
- А) выручки, прибыли;
  - Б) выручки, издержек;
  - В) издержек, прибыли;
  - Г) издержек, выручки.
12. Цель презентации бизнес-проекта:
- А) привлечение потенциальных инвесторов;
  - Б) конкурсный прием на работу;
  - В) повышение эффективности производственного процесса;

- Г) экономия производственных ресурсов.
13. Какой документ в финансовом плане самый важный для финансового менеджера:
- А) план денежных потоков;
  - Б) все перечисленные;
  - В) план балансов;
  - Г) план прибылей и убытков;
  - Д) план распределения прибыли.
14. Выделите три основные причины, почему мы должны планировать бизнес:
- А) бизнес-план - средство для получения денег;
  - Б) бизнес-план - способ сообщений идей заинтересованным инвесторам;
  - В) бизнес-план - обдумывание идеи;
  - Г) бизнес-план - средство для получения льгот;
  - Д) бизнес-план - рабочий инструмент для принятия решения, контроля и управления.
15. Какие основные плановые документы должны быть в финансовом плане:
- А) план прибылей и убытков;
  - Б) план продаж;
  - В) план денежных потоков;
  - Г) все перечисленные;
  - Д) план балансов;
  - Е) инвестиционный план;
  - Ж) план распределения прибыли;
  - З) план производства.
16. В каком разделе бизнес-плана будут представлены финансовые результаты проекта:
- А) в резюме;
  - Б) в финансовом плане;
  - В) в описании производства;
  - Г) в описании предприятия.
17. Принцип планирования:
- А) стабильность;
  - Б) научность;
  - В) инерция;
  - Г) прерывность.
18. Функция бизнес-плана:
- А) учет результатов деятельности;
  - Б) разработка стратегии бизнеса;
  - В) контроль за деятельностью организации;
  - Г) страхование бизнеса.
19. Планирование, охватывающее период более 2-5 лет.
- А) стратегическое;
  - Б) бюджетное;
  - В) тактическое;
  - Г) оперативное.
20. Метод бизнес-планирования, при котором экономические процессы разделяют на отдельные составные части, исследуют их содержание и взаимодействие между собой, а также влияния в целом на весь процесс.
- А) экономического анализа;
  - Б) балансовый;
  - В) прогнозный;
  - Г) нормативный.
21. Отличительная особенность бизнес-плана.
- А) жесткая конкуренция, выстроенная в заданных условиях;
  - Б) расчет рисков и разработка методов их преодоления;
  - В) отсутствие связи с окружающей средой;
  - Г) централизованное планирование.
22. Для кого бизнес-план разрабатывается в первую очередь:

- А) для государственных учреждений в т.ч. налоговой;
  - Б) для федеральной, региональной и местной администрации;
  - В) для банка, который даст кредит;
  - Г) для совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров.
23. Кто должен заниматься бизнес-планированием на предприятии:
- А) инвесторы;
  - Б) генеральный директор и рабочая группа специалистов;
  - В) совет директоров;
  - Г) все перечисленное;
  - Д) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия.
24. Определите очередность основных этапов бизнес-планирования и контроля:
- А) контроль выполнения бизнес-планов;
  - Б) выбор основных путей и средств их достижения;
  - В) разработка общих целей на среднесрочную или долгосрочную перспективу;
  - Г) маркетинговые исследования;
  - Д) разработка финансового плана и оценка эффективности.
25. К основным организационно-экономическим формам предпринимательства относятся:
- А) товарищества, общества, кооперативы;
  - Б) концерны, ассоциации.

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
« СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Заместитель директора**  
**по учебно-воспитательной работе**  
\_\_\_\_\_ **Н.А. Авакова**  
« \_ » \_\_\_\_\_ **20** \_\_\_\_ **г**

**3. Комплект оценочных средств**  
**для проведения промежуточной аттестации**  
**по дисциплине ОП.07 Основы предпринимательской деятельности**

**Специальность: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**

**Форма аттестации - экзамен**

**Рассмотрено на заседании цикловой комиссии**  
**«Учетно-экономических дисциплин, поварского,**  
**кондитерского дела и транспорта»**  
**Протокол №\_ от «\_» \_\_\_\_\_20\_\_\_\_г.**  
**Председатель цикловой комиссии**  
\_\_\_\_\_ **А.С. Дуракова**

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ

### ЗАДАНИЕ I УРОВНЯ «ТЕСТИРОВАНИЕ»

№ п/п	Задание
1.	<p>Выберите правильный ответ:          Предпринимательство – это:          А) <b>добровольная деятельность человека, который, пользуясь либо распоряжаясь экономическими благами, самостоятельно или с привлечением наемного труда, предпринимает меры по производству нового продукта с целью получения дохода</b>          Б) деятельность человека, направленная на максимизацию прибыли          В) принудительная деятельность экономического агента, нацеленная на получение прибыли и дохода путем эффективного сочетания ограниченных ресурсов          Г) процесс создания предприятий, занимающихся экономической деятельностью для удовлетворения потребностей населения          Д) процесс создания дополнительной стоимости в экономических системах</p>
2.	<p>Выберите правильный ответ:          Какая из указанных функций не является функцией предпринимательства:          А) <b>контрольная функция</b>          Б) ресурсная функция          В) общеэкономическая функция          Г) творческо-поисковая (инновационная) функция          Д) маркетинговая функция</p>
3.	<p>Выберите правильный ответ:          Что является документом, закрепляющим необходимые условия для реализации коммерческой сделки:          А) расчет цены товара          Б) <b>контракт</b>          В) сертификат о качестве товара          Г) сертификат об оказании услуг          Д) годовой отчет</p>
4.	<p>Выберите правильный ответ:          Что из перечисленного не относится к стимулам к началу собственного дела?          А) стремление к личной независимости          Б) желание раскрыть свои способности          В) возможности выполнять любимую работу в удобное для себя время          Г) <b>накопленные личные сбережения</b>          Д) продолжение семейных традиций</p>
5.	<p>Выберите верный ответ:          Что из ниже перечисленного не является характерной чертой предпринимательской деятельности:          А) самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, действующих в рамках правовых норм          Б) <b>творческий потенциал общества</b>          В) экономическая заинтересованность, преследующая цель получение прибыли</p>

	<p>Г) обеспечение персонала заработной платой</p> <p>Д) создание рабочих мест для населения, живущего в окрестностях предприятия</p>
6.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Финансовое предпринимательство есть особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают:</p> <p><b>А) деньги и ценные бумаги</b></p> <p>Б) духовные ценности</p> <p>В) товары и услуги</p> <p>Г) информация</p>
7.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Целью предпринимательства является:</p> <p>А) получение прибыли</p> <p><b>Б) конечной целью не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом</b></p> <p>В) удовлетворение спроса населения</p> <p>Г) производство нового продукта в условиях риска</p> <p>Д) создание рабочих мест</p>
8.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Бизнес-план имеет следующие два направления:</p> <p><b>А) внутреннее и внешнее</b></p> <p>Б) долгосрочное и краткосрочное</p> <p>В) стратегическое и тактическое</p> <p>Г) техническое и экономическое</p>
9.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Емкость рынка – это:</p> <p><b>А) объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени</b></p> <p>Б) территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия</p> <p>В) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке</p> <p>Г) все ответы верны</p>
10.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?</p> <p><b>А) восприятие продуктов потребителями</b></p> <p>Б) намерение потребителей совершить покупку</p> <p>В) поведение покупателей после покупки</p> <p>Г) поведение покупателей при покупке</p>
11.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Маркетинг – это:</p> <p><b>А) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена</b></p> <p>Б) умение и искусство трансформировать нужды и запросы потребителей в конкретные товары и услуги</p> <p>В) деятельность по сбыту готовой продукции</p> <p>Г) учет материальных ценностей</p>



12.	<p>Выберите правильный ответ: Рекламная кампания – это:</p> <p>А) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью Б) процесс продвижения рекламной информации от рекламоателя к получателю <b>В) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью</b></p>
13.	<p>Выберите правильный ответ: При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя?</p> <p>А) реклама в прессе Б) печатная реклама Г) реклама в транспорте <b>Д) реклама на месте продаж</b> Е) реклама на радио</p>
14.	<p>Выберите правильный ответ: Бизнес-план, учитывающий максимальные риски негативных факторов, событий называется ...</p> <p><b>А) пессимистический</b> Б) реалистичный В) оптимистический Г) инвестиционный</p>
15.	<p>Выберите правильный ответ: Миссия предприятия - это:</p> <p>А) программа деятельности хозяйствующего субъекта <b>Б) генеральная цель фирмы</b> В) период жизни товара на рынке Г) содержание и последовательность конкретных действий</p>
16.	<p>Выберите правильный ответ: Какой из нижеперечисленных показателей может наиболее полно выразить уровень технико-технологических, организационных, маркетинговых и других решений, принятых в проекте:</p> <p>А) производительность труда Б) рентабельность В) себестоимость <b>Г) чистый дисконтированный доход.</b></p>
17.	<p>Выберите правильный ответ: Назначение бизнес-плана состоит в следующем:</p> <p>А) изучить перспективы развития будущего рынка сбыта Б) обнаружить возможные опасности В) определить критерии и показатели оценки бизнеса Г) оценить затраты для изготовления и сбыта продукции <b>Д) верны все ответы</b></p>
18.	<p>Выберите правильный ответ: Риск - это:</p> <p><b>А) вероятность возникновения условий, приводящим к негативным последствиям неполнота и неточность информации об условиях деятельности предприятия, реализации проекта</b> Б) нижний уровень доходности инвестиционных затрат обобщающий термин для группы рисков, возникающий на разных этапах</p>

	<p>кругооборота капитала в результате действий конкурентов.</p> <p>В) процесс выравнивания монетарным путем напряженности, возникшей в какой-либо социально-экономической среде</p>
19.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Предпосылки, увеличивающие вероятность и реальность наступления рискованных событий – это...</p> <p>А) количественный анализ риска</p> <p>Б) охват риска</p> <p>В) степень риска</p> <p><b>Г) факторы риска</b></p>
20.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Разработчики бизнес-плана:</p> <p><b>А) инициаторы проекта</b></p> <p>Б) международные организации</p> <p>В) региональная администрация</p> <p>Г) научно-исследовательские организации</p>
21.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Требования, предъявляемые к бизнес-плану:</p> <p>А) представлять всю информацию, включая мельчайшие подробности</p> <p>Б) объяснять все позиции строго научными, юридическими и другими специальными терминами</p> <p>В) оформлять по-своему усмотрению</p> <p><b>Г) излагать убедительно и кратко в доступной для понимания форме</b></p>
22.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Посредничеством называют предпринимательство, в котором предприниматель выступает в роли:</p> <p>А) продавца товаров или услуг</p> <p>Б) покупателя товаров или услуг</p> <p>В) производителя товаров или услуг</p> <p><b>Г) связующего звена в процессе товарно-денежных операций</b></p>
23.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>В коммерческом предпринимательстве предприниматель:</p> <p>А) занимается куплей-продажей ценных бумаг</p> <p>Б) производит товары и услуги</p> <p><b>В) продает готовые товары, приобретенные им у других лиц</b></p> <p>Г) выступает в роли связующего звена между покупателем и продавцом</p>
24.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:</p> <p><b>А) стимулирование покупки</b></p> <p>Б) информирование о местах продажи</p> <p>В) формирование спроса потенциальных потребителей</p> <p>Г) стабилизация круга покупателей</p>
25.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Укажите, что является основным в фирменном стиле:</p> <p>А) товар;</p> <p>Б) фирменная гамма цветов;</p> <p><b>В) товарный знак, логотип, фирменный блок и т.д.</b></p>
26.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Цель презентации бизнес-проекта:</p>

	<p><b>А) привлечение потенциальных инвесторов</b></p> <p>Б) конкурсный прием на работу</p> <p>В) повышение эффективности производственного процесса</p> <p>Г) экономия производственных ресурсов</p>
27.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>В каком разделе бизнес-плана будут представлены финансовые результаты проекта:</p> <p>А) в резюме</p> <p><b>Б) в финансовом плане</b></p> <p>В) в описании производства</p> <p>Г) в описании предприятия</p>
28.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Планирование, охватывающее период более 3-5 лет.</p> <p>А) краткосрочное</p> <p><b>Б) среднесрочное</b></p> <p>В) долгосрочное</p>
29.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Для кого бизнес-план разрабатывается в первую очередь:</p> <p>А) для государственных учреждений</p> <p>Б) для федеральной, региональной и местной администрации</p> <p>В) для банка, который даст кредит</p> <p><b>Г) для совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров</b></p>
30.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Кто должен заниматься бизнес-планированием на предприятии:</p> <p>А) инвесторы</p> <p><b>Б) генеральный директор и рабочая группа специалистов</b></p> <p>В) совет директоров</p> <p>Г) все ответы верны</p> <p>Д) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия.</p>
31.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Управление риском - это:</p> <p>А) отказ от рискованного проекта</p> <p>Б) комплекс мер, направленных на снижение вероятности реализации риска</p> <p><b>В) комплекс мер, направленных на компенсацию, снижение, перенесение, уход или принятие риска</b></p> <p>Г) комплекс мероприятий, направленных на подготовку к реализации риска</p>
32.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Инновация - это:</p> <p>А) инновационный потенциал</p> <p><b>Б) нововведение</b></p> <p>В) инновационный процесс</p> <p>Г) инновационная деятельность</p>
33.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Инновационный менеджмент - это:</p> <p>А) совокупность методов управления персоналом</p> <p><b>Б) совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью</b></p> <p>В) самостоятельная наука</p>
34.	<p>Выберите правильный ответ:</p>

	<p>Инновационный процесс – это:</p> <p>А) подготовка и осуществление инновационных изменений в определенном направлении деятельности;</p> <p>Б) несколько взаимосвязанных фаз, образующих единое целое;</p> <p><b>В) процесс создания (изобретения), освоения и распространения инноваций</b></p>
35.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Рынок изучается с целью:</p> <p>А) удачно вступить в конкурентную борьбу</p> <p>Б) снижения риска не реализации продукции</p> <p>В) воспользоваться благоприятно складывающейся конъюнктурой</p> <p><b>Г) разработки тактики поведения фирмы, путём выбора из множества потенциальных рынков таких, которые могут быть приоритетными для предприятия и его товаров, на которых эффективнее можно достичь коммерческого успеха</b></p>
36.	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>Наличие условий и факторов, воздействующих на предпринимательскую деятельность и требующих принятия управленческих решений для их устранения или приспособления это...</p> <p>А) внутрифирменное предпринимательство</p> <p><b>Б) предпринимательская среда</b></p> <p>В) культура предпринимательства</p> <p>Г) внутрифирменное планирование</p>
37.	<p>Выберите правильный ответ</p> <p>Субъектами предпринимательства могут быть:</p> <p>А) Физические лица</p> <p><b>Б) Физические и юридические лица</b></p> <p>В) Юридические лица</p>
38.	<p>Выберите правильный ответ</p> <p>Предпосылки, предопределяющие становление предпринимательства в России:</p> <p><b>А) Политические, экономические, юридические, психологические</b></p> <p>Б) Политические, экономические, социальные</p> <p>В) Политические, экономические, юридические, культурные</p>
39.	<p>Выберите правильный вариант ответа</p> <p>Укажите форму ответственности для индивидуальных предпринимателей.</p> <p>А) Субсидиарная ответственность принадлежащим ему имуществом</p> <p><b>Б) Полная ответственность принадлежащим ему имуществом</b></p> <p>В) Ответственность в виде штрафов и административных взысканий</p>
40.	<p>Выберите правильный вариант ответа</p> <p>Как называется разница между ожидаемой (прогнозной) денежной выручкой фирмы и ее реальной величиной?</p> <p>А) Валоризация</p> <p><b>Б) Предпринимательский доход</b></p> <p>В) Обеспечение</p>

## **ЗАДАНИЕ II УРОВНЯ «ЗАЩИТА БИЗНЕС-ПЛАНОВ»**

Выполнение задания проводится в два этапа: Заочный (разработка бизнес-плана) и Очный (защита бизнес-плана). Обучающиеся разрабатывают бизнес-план и публично его защищают. В электронном виде бизнес-план представляется экзаменационной комиссии не позднее 9.00 часов за 4 дня до экзамена, в печатном виде до 9.00 часов за 2 дня до экзамена. Несвоевременное предоставление бизнес-плана в электронном виде влечет за собой наложение штрафа в размере 5 штрафных баллов за каждый день просрочки (до 20 баллов в сумме).

Требования к бизнес-плану приведены ниже.

### **Основные требования к структуре бизнес-плана**

Бизнес-план составляется на русском языке. Бизнес-план выполняется, как минимум, в соответствии с разделами, перечисленными ниже:

1. Визитка команды
2. Резюме бизнес-идеи
3. Описание компании
4. Описание товаров и услуг
5. Целевой рынок
6. Организационный план
7. Планирование рабочего процесса
8. Маркетинговый план
9. Технико-экономическое обоснование проекта

Приложения

### **Раздел «Визитка команды»**

В рамках данного раздела обучающиеся определяют название команды, распределяют функциональные обязанности, договариваются о системе принятия решений и контроле за их реализацией, осмыслить наиболее выигрышные деловые и личностные качества каждого, укрепиться как единая, слаженно работающая команда. В визитке команды должны быть подчеркнуты сильные стороны и ключевые факторы успеха членов команды. Здесь оценивается обоснованность и оригинальность доводов.

Обучающиеся разрабатывают плакат представляющий команду и членов команды (то есть обучающихся). Плакат может быть черно-белым, формата А4 и должен содержать оригинальное (креативное и инновационное), соответствующее типу/виду деятельности команды, короткое и запоминающееся название. Допускается использование фотографий. Плакат (его содержательная, информационная часть) защищается перед членами экзаменационной комиссии.

### **Раздел «Резюме бизнес-идеи»**

В этом разделе предъявляется бизнес-идея (в составе бизнес-концепции) и общая логика ее развития в бизнес-плане. Бизнес-концепция должна дать четкое представление о коммерческой деятельности людям, которые до этого не были знакомы с данной бизнес-идеей.

Предстоит разработать бизнес-концепцию, демонстрирующую полное понимание обучающимися собственного проекта и ясную бизнес-стратегию – от проработки бизнес идеи и цели проекта, анализа целевой аудитории и конкурентов, до маркетинговой стратегии и бизнес модели.

Необходимо изложить выводы, касающиеся основных аспектов проекта. Основные финансовые показатели проекта (прибыль, рентабельность и др.). Объем резюме не должен быть более двух страниц. Оцениваются навыки и компетенции участников команды при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею, глубину понимания членов команды

предложенного бизнеса.

#### **Раздел «Описание компании»**

В этом разделе приводится краткая характеристика будущего бизнеса, актуальность, предполагаемое месторасположение.

#### **Раздел «Описание товаров и услуг»**

В этом разделе необходимо как можно более точно и полно описать продукт или услугу – их качественные характеристики, очевидную полезность (выгоду) для потребителя.

Здесь важны следующие аспекты:

- определение продукта или описание услуги;
- практическое использование продукта/услуги для клиента;
- образ продукта/услуги;
- уникальность (оригинальность, креативность) предлагаемой бизнес-идеи.

#### **Раздел «Целевой рынок»**

В этом разделе обосновывается наличие и перспективность рынка, на который будет выводиться товар (услуга). Раздел направлен на определение и детальное описание целевых групп. Образ клиента должен быть составлен таким образом, чтобы дать точные ориентиры для дальнейшей деятельности в бизнес-концепции (бизнес-плане) и были направлены на конкретную целевую группу/целевые группы. Особенно важна оценка величины целевой группы/целевых групп, так как эти цифры имеют большое значение для оценки будущего успеха в бизнесе. Поэтому величина целевой группы должна быть оценена настолько точно, насколько это возможно.

#### **Раздел «Организационный план»**

В этом разделе обосновывается выбор организационно-правовой формы будущего бизнеса. Обосновывается выбор режима налогообложения. Приводится организационная структура, штатное расписание и рассчитываются расходы на оплату труда сотрудников.

#### **Раздел «Планирование рабочего процесса»**

Этот раздел направлен на визуализацию бизнес-процессов, а также на демонстрацию их последовательности. Должны быть представлены описание производственного процесса, или схема предоставления соответствующей услуги. Цель состоит в том, чтобы показать полный цикл бизнес-процесса «шаг за шагом», - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту. Должна быть предусмотрена возможность повторного использования (переработки, утилизации) сырья.

#### **Раздел «Маркетинговый план»**

Разрабатывается детальный маркетинговый план, который отражает выбранную маркетинговую стратегию. Маркетинговый план – это не описание бизнес-процессов в целом, но он должен полностью коррелироваться с бизнес-концепцией и всеми разделами бизнес-плана. Также очень важно правильно оценить маркетинговый бюджет. Маркетинговая концепция должна быть практико-ориентированной. При ее разработке необходимо проявить творчество.

#### **Раздел «Технико-экономическое обоснование проекта»**

В этом разделе необходимо провести точные расчеты, доказывающие, что задуманный бизнес будет иметь прибыль. А также показать каковы источники финансирования стартового этапа проекта. Важно использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп. Расчеты по прибылям и убыткам должны быть реалистичными и правильно выполненными. В этом разделе обосновывается, также, ценообразование на продукты и услуги. Необходимо обосновать и аргументировать способы финансирования проекта

(кредиты, займы, субсидии, гранты и пр.). Рассчитываются показатели экономической эффективности проекта. Кроме того, необходимо обратить внимание на практико-ориентированность, с одной стороны, и на точные расчеты, с другой стороны.

#### **Раздел «Приложения»**

В этом разделе приводятся объемные таблицы, графики, диаграммы, схемы, рисунки, фото и другие значимые наглядные материалы.

#### **Основные требования к оформлению печатного варианта бизнес-плана**

Принимается только машинописный вариант текста – компьютерный набор.

Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 x 29,7 (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Все что представлено является частью бизнес-плана. Могут быть также использоваться лицевая и обратная сторона листа.

Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, Times New Roman, интервал 1,5 строки. Допускается применение диаграмм как построенных на компьютере, так и вручную. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

На титульном листе должно быть указано наименование учебного заведения, название команды, название проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и дата представления.

Вторая страница – Оглавление.

Третья страница - размещается плакат, где должен быть представлен краткий обзор выбранного командой бизнеса.

#### **Основные требования к публичной презентации бизнес-плана**

Цель презентации бизнес-плана – оценить навыки и компетенции обучающихся при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею; определение авторства членов команд при составлении бизнес-плана, глубины понимания и компетентности членов команды в предложенном бизнесе.

Публичная презентация должна включать наиболее важные аспекты всех разделов бизнес-плана. Обучающиеся готовят доклад, используют плакат, разрабатывают web-презентацию в Power Point. Оформление слайдов должно соответствовать сложившимся правилам оформления деловых презентаций (разумное количество шрифтов и размера шрифта, продуктивное использование пространства слайда и др.). Слайды презентации должны быть читаемы, комфортны для зрительного восприятия.

#### **Рекомендации к оформлению презентации к бизнес-плану**

<b>Оформление слайдов</b>	
Стиль	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соблюдайте единый стиль оформления</li> <li>• Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации</li> <li>• Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунок)</li> </ul>
Фон	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для фона выбирайте более холодные тона</li> <li>• На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста</li> </ul>

Использование цвета	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для фона и текста слайда выбирайте контрастные цвета</li> <li>• Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования)</li> </ul>
Анимационные эффекты	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде</li> <li>• Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания на слайде</li> </ul>
<b>Представление информации</b>	
Содержание информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Используйте короткие слова и предложения</li> <li>• Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных</li> <li>• Заголовки должны привлекать внимание аудитории</li> </ul>
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предпочтительно горизонтальное расположение информации</li> <li>• Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана</li> <li>• Если на слайде картинка, надпись должна располагаться под ней</li> </ul>
Шрифты	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для заголовков - не менее 24</li> <li>• Для информации - не менее 18</li> <li>• Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния</li> <li>• Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации</li> <li>• Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание</li> </ul>
Способы выделения информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рамки, границы, заливки</li> <li>• Разные цвета шрифтов, заливку</li> <li>• Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов</li> </ul>
Объем информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: читатели могут запомнить не более трех фактов, выводов, определений</li> <li>• Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде</li> </ul>
<b>Для обеспечения разнообразия следует использовать различные виды слайдов</b>	
Виды слайдов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• С текстом</li> <li>• С таблицами</li> <li>• С диаграммами</li> <li>• С рисунками</li> </ul>

Обучающиеся демонстрируют в ходе презентации свои ораторские, коммуникативные способности. Необходимо продуктивно использовать время и использовать его максимально полно. Само представление должно занимать не более 10 минут. Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если обучающиеся выйдут за предложенные временные рамки.

Членами экзаменационной комиссии будет предложено аргументированно



ответить на вопросы (не более трех), которые будут определены по мотивам рассмотренных бизнес-планов.

Оценка презентации строится на основе учета критерия креативности (творчества), способности обучающихся приводить доводы и обоснованные аргументы.

#### **4. Тематика рефератов, докладов для текущего контроля умений и знаний**

1. Исторические, экономические и социальные предпосылки происхождения предпринимательства.
2. Понятие терминов «бизнес», «бизнесмен», «предпринимательство» и «предприниматель».
3. Опыт работы лучших предпринимателей мира и России.
4. Опыт работы лучших предпринимателей Ставропольского края.
5. Мотивы организации предпринимательской деятельности.
6. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
7. Возможности приобретения действующей организации.
8. Организация бизнеса в форме франчайзинга.
9. Показатели оценки эффективности бизнес-идеи.
10. Налогообложение предпринимательской деятельности.
11. Предпринимательство: сущность, эволюция развития в России.
12. Предпринимательство – важнейший вид экономической деятельности.
13. Организационно-правовые формы предпринимательства.
14. Инновации и предпринимательство.
15. Государственное и правовое регулирование предпринимательской деятельности в Российской Федерации.
16. Малое предпринимательство как фактор увеличения занятости.
17. Риски в предпринимательстве и пути их снижения.
18. Налогообложение предпринимательской деятельности.
19. Развитие предпринимательства как основа конкурентной среды.
20. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности.
21. Основные направления поддержки государством предпринимательства.
22. Социально-экономические показатели деятельности предпринимательства в Ставропольском крае.
23. Индивидуальное предпринимательство как форма организации предпринимательской деятельности.
24. Предпринимательская деятельность в семье.
25. Роль предпринимательской деятельности в развитии общества.

**Лист регистрации изменений**  
 в Фонд оценочных средств на 20\_\_ - 20\_\_ учебный год  
**ОП.07 Основы предпринимательской деятельности**  
 по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

№ п/п	Внесенные изменения	Содержание изменений

**РАССМОТРЕНО**  
 на заседании цикловой комиссии  
 Протокол № \_\_ от \_\_ 20\_\_ г.

**ОДОБРЕНО**  
 Методическим советом  
 Протокол № \_\_ от \_\_ 20\_\_ г.