

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утвержден решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №9 от 21 марта 2025 г.*

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА»**

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация – Специалист по туризму и гостеприимству

Направленность – Гостиничные услуги

Формы обучения – очная, заочная

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ – СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ

УДК 379.85
ББК 65.43

Составитель – Хирачигаджиева Мадина Магомедовна, старший преподаватель кафедры экономики ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Залибекова Дайганат Залибековна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Налоги и налогообложение» ДГУНХ.

Внешний рецензент - Сулейманова Наида Абдурахмановна, к.э.н., доцент кафедры «Национальная и региональная экономика» Дагестанского государственного университета.

Представитель работодателя – Гаджиев Магомедгаджи Магомедович, генеральный директор ООО Агентство путешествий «Интурбюро».

Фонд оценочных средств по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12 декабря 2022 г., № 1100, в соответствии с приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21.09.2022 №70167).

Фонд оценочных средств по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» размещен на официальном сайте www.dgunh.ru.

Хирачигаджиева М.М. Фонд оценочных средств по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» для специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство. – Махачкала: ДГУНХ, 2025. - 120 с.

Рекомендован к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2025 г.

Рекомендован к утверждению руководителем образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство Терехиной С.В.

Одобен на заседании кафедры «Менеджмент» 24 февраля 2025 г., протокол № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств	4
I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
1.1. Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2. Компонентный состав компетенций.....	5
II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	8
2.1. Структура фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
2.2. Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств	11
2.3. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине при экзамене.....	21
III. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИ- ЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	24
3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся	24
3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся.....	117
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	119

Назначение фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) создается в соответствии с требованиями ФГОС СПО для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям соответствующей основной профессиональной образовательной программы (ППССЗ).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» включает в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ППССЗ; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, практического опыта, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ППССЗ; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательных программ, рабочих программ модулей (дисциплин).

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности - объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности - использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности - разные студенты должны иметь равные возможности добиться успеха.

Основными параметрами и свойствами ФОС являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной учебной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих учебной дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных средств, входящих в ФОС);
- качество оценочных средств и ФОС в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.2 КОМПОНЕНТНЫЙ СОСТАВ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код и формулировка компетенции	Компонентный состав компетенции	
	Знать	Уметь
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	31 - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; 32 - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; 33 - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; 34 - методы работы в профессиональной и смежных сферах.	У1 - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; У2 - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; У3 - определять этапы решения задачи; У4 - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать	35 – содержание актуальной нормативно-правовой документации; 36 - современная научная и профессиональная терминология; 37 - возможные траектории профессионального развития и самообразования;	У5 – определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; У6 - применять современную научную профессиональную терминологию; У7 - определять и выстраивать

знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	38 - основы предпринимательской деятельности.	траектории профессионального развития и самообразования; У8 - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	39 - методы планирования труда работников службы приема и размещения.	У9 - определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами; У10 - планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	310 - особенности социального и культурного контекста; 311 - правила оформления документов и построения устных сообщений.	У11 - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; У12 - проявлять толерантность в рабочем коллективе.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	312 - особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности.	У13 - понимать тексты на базовые профессиональные темы; У14 - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; У15 - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций				
	Тема 1. Введение в дисциплину "Организация предпринимательской деятельности в туризме"	Тема 2. Виды предпринимательской деятельности.	Тема 3. Особенности предпринимательства в различных организационно-правовых формах.	Тема 4. Создание собственного дела.	Тема 5. Бизнес – план предприятия
ОК 01	+	+	+	+	+
ОК 03	-	-	+	-	+
ОК 04	-	-	-	+	+
ОК 05	-	-	+	-	-
ОК 09	+	-	-	+	-

код компет енции	Этапы формирования компетенций				
	Тема 6. Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности.	Тема 7. Внутрифирменное предпринимательство	Тема 8. Организационные основы туризма.	Тема 9. Финансовое обеспечение предпринимательства.	Тема 10. Маркетинговая деятельность предприятия.
ОК 01	+	+	+	+	+
ОК 03	-	-	+	-	-
ОК 04	-	-	+	-	-
ОК 05	-	-	+	-	+
ОК 09	+	-	-	-	-

код компет енции	Этапы формирования компетенций				
	Тема 11. Безопасность в туризме.	Тема 12. Принятие решений в процессе управления организацией.	Тема 13. Международное сотрудничество в туризме..	Тема 14. Ответственность предпринимателя.	Тема 15.Налогообложение предпринимательской деятельности.
ОК 01	+	+	+	+	-
ОК 03	-	-	+	-	+
ОК 04	-	-	-	-	-
ОК 05	+	-	-	+	-
ОК 09	+	+	-	+	-

II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ

КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Структура фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/ п	контролируемые разделы, темы дисциплины	код контрол ируемо й компете нции или ее части	планируемые результаты обучения (знать, уметь, владеть), характеризую щие этапы формировани я компетенций	Наименование оценочного средства	
				текущий контроль	промежуто чная аттестация
1	Введение в дисциплину "Организация предпринимательской деятельности в туризме"	ОК 03 ОК 09	ОК 03 Знать: 35-38 Уметь: У5-У8 ОК 09 Знать: 312 Уметь: У13-У15	Фронтальный опрос, разбор производственной ситуации, выполнение домашнего задания, подготовка, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 1,2,3.
2	Виды предпринимательства.	ОК 01	ОК 01 Знать: 31-34 Уметь: У1-У4	Фронтальный опрос, разбор производственной ситуации, выполнение домашнего задания, подготовка, деловая игра, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 4,5,6.
3	Особенности предпринимательства в различных организационно-правовых формах	ОК 01 ОК 03 ОК 05	ОК 01 Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 ОК 03 Знать: 35-38 Уметь: У5-У8 ОК 05 Знать: 310, 311 Уметь: У11, У12	Выполнение домашнего задания, подготовка эссе, деловая игра, мозговой штурм, кейс – задача, решение задач, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 7,8,9.
4	Создание собственного	ОК 01	ОК 01	Подготовка эссе,	Вопросы к

	дела	ОК 04 ОК 09	Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 04</u> Знать: 39 Уметь: У9, У10 <u>ОК 09</u> Знать: 312 Уметь: У13-У15	деловая игра, мозговой штурм, кейс-задача, тестовые задания, дом задание.	экзамену № 10,11.
5	Бизнес – план предприятия	ОК 01 ОК 03 ОК 04	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 03</u> Знать: 35-38 Уметь: У5-У8 <u>ОК 04</u> Знать: 39 Уметь: У9, У10	Фронтальный опрос, деловая игра, решение задач, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 12,13.
6	Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности	ОК 01 ОК 09	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 09</u> Знать: 312 Уметь: У13-У15	Устный опрос, выполнение практического задания, тестовые задания, письменные вопросы.	Вопросы к экзамену № 14,15,16.
7	Внутрифирменное предпринимательство	ОК 01	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4	Деловая игра, кейс- задача, мозговой штурм, выполнение практического задания, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 17,18,19,20.
8	Организационные основы туризма	ОК 01 ОК 03 ОК 04 ОК 05	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 03</u> Знать:	Фронтальный опрос, кейс-задача, решение задач, выполнение практического задания, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 21,22,23.

			35-38 Уметь: У5-У8 <u>ОК 04</u> Знать: 39 Уметь: У9, У10 <u>ОК 05</u> Знать: 310, 311 Уметь: У11, У12		
9	Финансовое обеспечение предпринимательства	ОК 01	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4	Фронтальный опрос, решение задач, практическое задание, тестовые задания, письменные вопросы.	Вопросы к экзамену № 24,25.
10	Маркетинговая деятельность предприятия	ОК 01 ОК 05	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 05</u> Знать: 310, 311 Уметь: У11, У12	Фронтальный опрос, письменные вопросы домашнее задание, подготовка эссе, практическое задание, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 26,27,28.
11	Безопасность в туризме	ОК 01 ОК 05 ОК 09	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 05</u> Знать: 310, 311 Уметь: У11, У12 <u>ОК 09</u> Знать: 312 Уметь: У13-У15	Выполнение домашнего задания, подготовка эссе, деловая игра, мозговой штурм, кейс – задача, решение задач, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 29,30, 31,32.
12	Принятие решений в процессе управления организацией	ОК 01 ОК 09	<u>ОК 01</u> Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 <u>ОК 09</u> Знать:	Фронтальный опрос, письменные вопросы домашнее задание, подготовка эссе, практическое задание, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 34,35, 36,37.

			312 Уметь: У13-У15		
13	Международное сотрудничество в туризме	ОК 01 ОК 03	ОК 01 Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 ОК 03 Знать: 35-38 Уметь: У5-У8	Фронтальный опрос, письменные вопросы домашнее задание, подготовка эссе, практическое задание, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 38,39, 40.
14	Ответственность предпринимателя	ОК 01 ОК 05 ОК 09	ОК 01 Знать: 31-34 Уметь: У1-У4 ОК 05 Знать: 310, 311 Уметь: У11, У12 ОК 09 Знать: 312 Уметь: У13-У15	Выполнение домашнего задания, подготовка эссе, деловая игра, мозговой штурм, кейс – задача, решение задач, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 41,42, 43.
15	Налогообложение предпринимательской деятельности	ОК 03	ОК 03 Знать: 35-38 Уметь: У5-У8	Выполнение домашнего задания, подготовка эссе, деловая игра, мозговой штурм, кейс – задача, решение задач, тестовые задания.	Вопросы к экзамену № 44,45.

2.2. Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся.

Итоговая оценка сформированности компетенции(й) обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции(й) по междисциплинарному

курсу складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенции(й) в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой междисциплинарного курса, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенции(й) обучающихся на экзамене (максимум – 30 баллов).

<i>4 – балльная шкала</i>	<i>«отлично»</i>	<i>«хорошо»</i>	<i>«удовлетворительно»</i>	<i>«неудовлетворительно»</i>
100-балльная шкала	85 и ≥	70 – 84	51 – 69	0 – 50
Бинарная шкала	Зачтено			Не зачтено

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	наименование оценочного средства	характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
1	собеседование, устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, симпозиум	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
4.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных	Темы докладов, сообщений

		результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	
ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
5	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе
6	Реферат	Продукт самостоятельной работы аспиранта, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
7	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
8	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	комплект контрольных заданий по вариантам
9	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управление преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
10	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задания для решения кейс-задачи
11	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым, заданные условием задачи, на основе	задания по задачам

		чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	
--	--	---	--

А) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТОВ НА УСТНЫЕ ВОПРОСЫ

№ п/ п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/ зачет
1.	1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.	10	отлично
2.	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.	8	хорошо
3.	ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.	5	удовлетворительно
4.	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.	0	неудовлетворительно

Б) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ

№ п/п	тестовые нормы:% правильных ответов	количество баллов	оценка/зачет
1	90-100 %	9-10	отлично
2	80-89%	7-8	хорошо
3	70-79%	5-6	удовлетворительно
4	60-69%	3-4	неудовлетворительно
5	50-59%	1-2	неудовлетворительно

6	менее 50%	0	неудовлетворительн о
---	-----------	---	-------------------------

В) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения.	9-10	отлично
2	Верное решение, но имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на решение, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. Решение оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию решения.	7-8	хорошо
3	Решение в целом верное. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. В работе присутствуют арифметическая ошибка, механическая ошибка или описка при переписывании выкладок или ответа, не искажившие экономическое содержание ответа.	5-6	удовлетворительно
4	В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчетах. При объяснении сложного экономического явления указаны не все существенные факторы.	3-4	удовлетворительно
5	Имеются существенные ошибки в логическом рассуждении и в решении. Рассчитанное значение искомой величины искажает экономическое содержание ответа. Доказаны вспомогательные утверждения, помогающие в решении задачи.	2-3	неудовлетворительн о
6	Рассмотрены отдельные случаи при отсутствии решения. Отсутствует окончательный численный ответ (если он предусмотрен в задаче). Правильный ответ угадан, а выстроенное под него решение - безосновательно.	1	неудовлетворительн о
7	Решение неверное или отсутствует.	0	неудовлетворительн о

Г) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕФЕРАТОВ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.	5 баллов	отлично
2	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.	4 балла	хорошо
3	имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.	3 балла	удовлетворительно
4	тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.	2 балла	неудовлетворительн о
5	тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	0 баллов	неудовлетворительн о

Д) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ЭССЕ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	1.вовведении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя 2.деление текста на введение, основную часть и заключение 3. Логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис; 4.заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; 5.правильно (уместно и достаточно) используются разнообразные средства связи; 6.для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком	5 баллов	отлично

	7.демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены.		
2	1.Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя 2.деление текста на введение, основную часть и заключение 3. В основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; 4.заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; 5.уместно используются разнообразные средства связи; 6.для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком	4 балла	хорошо
3	1.Во введении тезис сформулирован нечетко, или не вполне соответствует теме эссе; 2. В основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично и последовательно; 3.заключение, выводы не полностью соответствуют содержанию основной части; 4.недостаточно или, наоборот, избыточно используются средства связи; 5.язык работы в целом не соответствует уровню курса	3 балла	удовлетворительно
4	1.Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме эссе; 2. В основной части нет логичного последовательного раскрытия темы;; 3.вывод не вытекает из основной части; 4. средства связи не обеспечивают связность изложения; 5.отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение; 6.язык работы можно оценить как «примитивный»	1-2 балла	неудовлетворительн о

Е) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ВЫЯВЛЕННЫХ В ХОДЕ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ

Участники Компетенции	Фамилия обучающего	Фамилия обучающего	Фамилия обучающего	...	...
ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности					
ОПК-3: способностью					

выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы					
ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели					
Средняя оценка проверяемых компетенций					

Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов
1	Задание выполнено полностью: цель домашнего задания успешно достигнута; основные понятия выделены; наличие схем, графическое выделение особо значимой информации; работа выполнена в полном объеме.	9-10
2	Задание выполнено: цель выполнения домашнего задания достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объеме.	8-7
3	Задание выполнено частично: цель выполнения домашнего задания достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы.	6-5
4	Задание не выполнено, цель выполнения домашнего задания не достигнута.	менее 5

З) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№	критерии оценивания	количество	оценка/зачет
---	---------------------	------------	--------------

п/п		баллов	
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений	1	
2	умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации	1	
3	умение моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат	1	
4	умение принять правильное решение на основе анализа ситуации;	1	
5	навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;	1	
6	навык критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.	1	
7	адекватность и соответствие ответов специалиста современным тенденциям рынка, конструктивность.	1	
8	креативность, нестандартность предлагаемых решений;	1	
9	количество альтернативных вариантов решения задачи (версионность мышления);	1	
10	наличие необходимых навыков, их выраженность (в зависимости от требований).	1	
	Количество баллов в целом		

И) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка
1	исключительные знания, абсолютное понимание сути вопросов, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно	29-30	отлично

	изложенные, содержательные, аргументированные и исчерпывающие ответы		
2	глубокие знания материала, отличное понимание сути вопросов, твердое знание основных понятий и положений по вопросам, структурированные, последовательные, полные, правильные ответы	27-28	отлично
3	глубокие знания материала, правильное понимание сути вопросов, знание основных понятий и положений по вопросам, содержательные, полные и конкретные ответ на вопросы. Наличие несущественных или технических ошибок	24-26	хорошо
4	твердые, достаточно полные знания, хорошее понимание сути вопросов, правильные ответы на вопросы, минимальное количество неточностей, небрежное оформление	21-23	хорошо
5	твердые, но недостаточно полные знания, по сути верное понимание вопросов, в целом правильные ответы на вопросы, наличие неточностей, небрежное оформление	18-20	хорошо
6	общие знания, недостаточное понимание сути вопросов, наличие большого числа неточностей, небрежное оформление	15-17	удовлетворительно
7	относительные знания, наличие ошибок, небрежное оформление	12-14	удовлетворительно
8	поверхностные знания, наличие грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	9-11	неудовлетворительн о
9	непонимание сути, большое количество грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	5-8	неудовлетворительн о

10	не дан ответ на поставленные вопросы	1-4	неудовлетворительн о
11	отсутствие ответа, дан ответ на другие вопросы, списывание в ходе выполнения работы, наличие на рабочем месте технических средств, в том числе телефона	0	неудовлетворительн о

К) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

№ п/ п	критерии оценки	максимальное количество баллов
1	титульный слайд с заголовком	5
2	дизайн слайдов	10
3	использование дополнительных эффектов (смена слайдов, звук, графика, анимация)	5
4	список источников информации	5
5	широта кругозора	5
6	логика изложения материала	10
7	текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы	10
8	слайды представлены в логической последовательности	5
9	грамотное создание и сохранение документов в папке рабочих материалов	5
10	слайды распечатаны в форме заметок	5
	средняя оценка:	

2.3. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине при экзамене

№ п/п	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Сумма баллов по дисциплин	Оценка

		<i>е / междисци плинарном у курсу</i>	
1.	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию компетенций.	85 и выше	Отлично (высокий уровень сформированн ости компетенции)
2.	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.	75 - 84	Хорошо (достаточный уровень сформированн ости компетенции)
3.	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.	51 – 74	Удовлетворит ельно (приемлемый уровень сформированн ости компетенции)

4.	Обучающийся не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы, не может продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.	менее 51	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)
----	---	----------	---

**III. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ,
НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ**

**3.1. Типовые контрольные задания
для текущего контроля успеваемости обучающихся**

Тема № 1. Введение в дисциплину «Основы предпринимательства»

Задание 1. Перечень вопросов для устного опроса

Ответить устно на следующие вопросы:

1. Что такое бизнес?
2. Каковы цели и функции бизнеса?
3. Перечислить особенности бизнеса как товара.
4. Назвать основных участников бизнес процесса.
5. Какие концепции развития бизнеса существуют?
6. Что изучает дисциплина «Основы предпринимательства»?
7. Что включает в себя модель бизнеса?
8. Перечислить составляющие внутренней среды предприятия.
9. Перечислить составляющие внешней среды предприятия.
10. Объяснить понятия: рациональный (процедурный) бизнес, интуитивный бизнес.

Длительность устного опроса – 20 минут

Задание 2. Тест по теме

Тестовые задания типа А

Выбрать один правильный ответ

- А1.** Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг
- а) предприятие
 - б) продажа
 - в) бизнес
 - г) экономика

А2. Вид бизнеса, в основе которого лежат формальные правила и процедуры (рутины), применимые в стандартных ситуациях:

- а) рациональный бизнес
- б) интуитивный бизнес
- в) малый бизнес
- г) крупный бизнес

А3. Риск, который поддается количественной оценке

- а) необоснованный риск
- б) обоснованный риск
- в) количественный риск
- г) качественный риск

А4. Главная отличительная черта предпринимателя от бизнесмена

- а) универсальность
- б) гибкость
- в) новаторство
- г) предсказуемость

А5. Ответственность, при которой за неудачи фирмы предприниматель отвечает всем или частью своего имущества

- а) материальная
- б) юридическая
- в) правовая
- г) моральная

А6. В условиях интуитивного бизнеса функциональная парадигма играет второстепенную роль в обеспечении конкурентоспособности бизнеса.

- а) верно
- б) неверно

А7 ... - совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на функционирование фирмы и требующих принятия решений, направленных либо на их устранение, либо на приспособление к ним.

- а) предпринимательская среда
- б) экономика
- в) издержки
- г) предпринимательский риск

А8. Под внешней предпринимательской средой понимаются все условия и факторы, возникающие внутри предприятия, независимо от ее деятельности.

- а) верно
- б) неверно

А9. Система институтов и их взаимосвязей, с помощью которых бизнес получает возможность устанавливать деловые взаимоотношения и вести коммерческие операции

- а) макроэкономическое состояние экономики
- б) инфраструктура бизнеса
- в) конъюнктура рынка
- г) сегмент рынка

А10. Услуги по распределению, реализации, хранению, доставке товаров – это

- а) производственная инфраструктура
- б) рыночная инфраструктура
- в) финансовая инфраструктура
- г) информационная инфраструктура

А11. Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:

- а) менеджмент
- б) маркетинг
- в) стратегическое планирование
- г) микроэкономику

А12. К основным формам экономической деятельности можно отнести:

- а) предпринимателя
- б) домашнюю хозяйку
- в) учителя в школе
- г) верно все перечисленное

А13. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:

- а) в появлении и развитии функций бизнеса;
- б) в полной независимости от государства;
- в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
- г) верно все выше перечисленное.

А14. Для современного процедурного бизнеса прибыль является:

- а) главной целью ведения бизнеса;
- б) основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;
- в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;
- г) верно б) и в)

А15. В современных условиях постиндустриального общества характерен:

- а) только интуитивный бизнес;
- б) только процедурный бизнес;
- в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и

ситуациях элементов интуитивного бизнеса;

г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;

А16. К основным элементам бизнес операции относят:

- а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
- б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
- в) организацию производства и реализации продукции;
- г) верно все выше перечисленное.

А17. Коммерческая деятельность возможна при условии:

- а) цена покупки выше цены продажи;
- б) цена продажи выше цены покупки;
- в) спрос на товар достаточен для его реализации;
- г) закупка товара осуществляется по ценам выше розничных.

А18. Для процедурного бизнеса характерно:

- а) преимущественно экстенсивный характер развития;
- б) ориентация на поиск новых правил и процедур;
- в) ассиметричные взаимоотношения между партнерами;
- г) равноправные, устойчивые взаимоотношения между партнерами.

А19. В современных условиях материальная ответственность предпринимателя обеспечивается за счет:

- а) ужесточения правового режима предпринимательской деятельности;
- б) увеличения числа фирм с неограниченной имущественной ответственностью собственников;
- в) сложившегося рынка капитала;
- г) верно все выше перечисленное.

А20. Какая из функций не относится к важнейшим функциям предпринимателя?

- а) общеэкономическая;
- б) ресурсная;
- в) творчески - поисковая;
- г) финансовая;
- д) социальная;
- е) организаторская.

А21. Что не относится к факторам производства в предпринимательстве:

- а) рабочая сила;
- б) духовные ценности;
- в) производственные фонды;
- г) материалы;

д) информация.

Тестовые задания типа В

В1. Отметить верные утверждения:

- а) К правам предпринимателей относится право создавать безопасные условия труда наёмным работникам
- б) Каждый предприниматель имеет право на свободное перемещение товаров и услуг на всей территории РФ.
- в) Предприниматели имеют обязательства только перед государством и потребителями.
- г) Охрана окружающей среды является одним из обязательств предпринимателей перед государством
- д) Предприниматели имеют обязательства перед конкурентами
- е) Каждый предприниматель имеет право на свободный выбор своей деятельности

В2. Приведите в соответствие:

- а) обязанности предпринимателя.
- б) предпринимателя.

1. Обеспечивать работникам предусмотренные законодательством и обусловленные договорами условия труда, соблюдение правил техники безопасности.
2. Открывать счета в банках, производить расчётные, кассовые и кредитные операции всех видов.
3. Нанимать и увольнять работников с соблюдением трудового законодательства.
4. Выполнять заказы для государственных нужд.
5. Устанавливать цены и тарифы на свою продукцию (работу, услугу).
6. Создавать любые виды предприятий.
7. Осуществлять меры по обеспечению экологической безопасности.
8. Приобретать имущество и права у других хозяйствующих субъектов и иных лиц и участвовать в их деятельности.

В3. Отметьте верные утверждения:

- а) Предприниматели имеют обязательства только перед государством.
- б) Охрана окружающей среды является одним из обязательств предпринимателей перед обществом
- в) Предприниматели имеют право не всегда соблюдать условия сделок

- г) К правам предпринимателей относится право выплачивать заработную плату наёмным работникам
- д) Предприниматели обязаны действовать в интересах участников хозяйственных обществ
- е) Каждый предприниматель имеет право на свободный доступ к рынку того или иного товара наравне с другими предпринимателями

В4. Приведите в соответствие:

- а) обязанности предпринимателя.
- б) права предпринимателя.
- 1. Платить налоги и другие обязательные платежи.
- 2. Создавать любые виды предприятий.
- 3. Выбирать поставщиков и потребителей.
- 4. Вносить платежи по социальному страхованию работников.
- 5. Оплачивать труд лиц, работающих по найму.
- 6. Устанавливать цены и тарифы на свою продукцию (работу, услугу).
- 7. Свободно распоряжаться доходом после внесения налогов и других обязательных платежей.
- 8. Осуществлять валютные операции.

Длительность тестирования – 45 минут

Шкала оценивания

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Задание 3. Разбор производственной ситуации

Описание ситуации: Молокозавод города Всеволожск объединяется ещё с одиннадцатью молокозаводами Ленинградской области в единое производственное предприятие. После объединения новая компания будет производить 27% молочных продуктов в Ленинградской области, и являться третьей по объёму производства на рынке.

В связи с распределённостью на большие расстояния и требованием к единой системе управления и учёта, руководство новой компании решает использовать возможности Интернет для координации работы всех предприятий и, заодно, для работы с клиентами.

Вы являетесь руководителем IT-отдела (2 системных администратора и 2 программиста) Всеволожского молокозавода, бывший директор которого стал главой новой компании. Вам дано задание: прикинуть, как сделать новую информационную систему.

Контрольный вопрос: Сформулируйте основные требования к новой АСУ, функциональность и распишите примерный план на итерации «уточнение» и первые две итерации «конструирование».

И уточните некоторые аспекты задачи:

- в будущем возможно расширение компании за счёт других молокозаводов ЛО и России;
- возможность продаж товара клиентам через ИС;
- конкуренты не дремлют и могут ставить палки в колёса.
- Когда мы уже сможем начать использовать данную ИС?
- Будет ли и как будет решён вопрос о безопасности данных в ИС?
- Нам нужны будут дополнительные программисты? А разве силами вашего IT-отдела этот вопрос не решить?
- Кто кроме программистов потребуется для реализации проекта?
- В какие сроки может начаться работа над реализацией проекта?
- Можно ли сразу реализовать возможность клиентам делать заказы через нашу систему?

Длительность разбора ситуации – 20 минут

Задание 4. Домашнее задание

1. Изучить основные понятия предпринимательской деятельности. Результаты представить в виде следующей таблицы:

Таблица 1 – Основные понятия в области предпринимательства

№№ п/п	Название понятия	Определения понятия	Автор определения, источник информации
1			
2			
....			
....			

2. Изучить историю возникновения и становления предпринимательства в России. Результаты представить в виде следующей таблицы:

Таблица 2 – Этапы развития предпринимательства в России

№№ п/п	Этапы	Особенности предпринимательства данном этапе	Источники информации
1			
2			
....			

....			

Задание 5. Эссе

Темы для написания эссе:

1. Могу ли я стать предпринимателем?
2. Предпринимательство в России
3. Интеграция в бизнесе – за и против
4. «Портрет» современного российского предпринимателя
5. "Предприниматель - это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой".

Тема 2. Виды предпринимательства. Современная сетевая экономика

Задание 1. Перечень вопросов для устного опроса

Ответить устно на следующие вопросы:

1. Перечислить виды предпринимательства.
2. Что представляет собой производственное предпринимательство?
3. Что представляет собой финансовое предпринимательство?
4. Что представляет собой коммерческое предпринимательство?
5. Что представляет собой предпринимательство в сфере услуг?
6. Что представляет собой предпринимательство в сфере страхования?
7. Что представляет собой современная сетевая экономика ?
8. Из каких уровней состоит современная сетевая экономика?

Длительность устного опроса – 15 минут

Задание 2. Тест по теме

Выбрать один правильный ответ

1. Самый сложный вид бизнеса, который имеет большую степень зависимости от инфраструктуры и экономики в целом.
 - а) производственный
 - б) коммерческий
 - в) финансовый
 - г) малый
2. Численность персонала на малом предприятии в оптовой торговле составляет:

- а) 40 человек;
- б) 50 человек;
- в) 70 человек;
- д) 100 человек.

3. Вид бизнеса, где предприниматель выступает в роли торговца, коммерсанта, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц

- а) производственный
- б) страховой
- в) финансовый
- г) малый
- д) коммерческий

4. Преимущества коммерческого предпринимательства

- а) высокая рентабельность, незначительная государственная регламентация, относительная простота самих операций
- б) зависит от уровня развития производства, относительно высокий риск, высокая рентабельность

5. К конкурентным преимуществам фирм занятых финансовым бизнесом можно отнести:

- а) высокую мобильность ресурсов, гибкость, способность быстро аккумулировать ресурсы
- б) высокую мобильность персонала, низкий риск, способность быстро аккумулировать ресурсы, необходимость высокого первоначального капитала
- в) оба варианта верны

6. Что характеризуется словосочетанием «малое предприятие»

- а) Организационно-правовая форма предприятия
- б) Предприятие с определенной численностью работников
- в) Предприятие с определенной величиной уставного капитала
- г) Предприятие с определенной долей оборотных средств в уставном капитале

7. Сильные стороны крупного бизнеса.

- а) снижение стимулов к росту эффективности производства, гибкость бизнеса
- б) возможности создавать и накапливать достижения НТП, экономия на издержках производства
- в) устойчивость, быстрота создания

8. Отличительная черта индивидуального предпринимателя:

- а) имущественная ответственность лишь в пределах внесенного пая
- б) ответственность по обязательствам всем принадлежащим имуществом
- в) обязательность представления устава предприятия

г) обязательность внесения вклада на расчетный счет

9. Какие факторы не являются существенными для предпринимателя при выборе сегмента рынка:

- а) курсы валют
- б) социальные
- в) демографические
- г) возрастные

10. Экономические функции малого бизнеса

- а) придает рыночной системе необходимую гибкость, ускоряет НТР, мобилизует сырьевые, людские и финансовые ресурсы
- б) обеспечивает рост занятости, стабилизирует уровень доходов населения
- в) оба варианта верны

11. Социальные функции малого бизнеса

- а) обеспечивает рост занятости
- б) снижает социальную напряженность
- в) стабилизирует уровень доходов населения
- г) все варианты верны

12. Примером бизнеса в сфере услуг служат

- а) магазины
- б) салоны красоты
- в) банки
- г) агентства недвижимости

13. Выделяют три основных признака сетевой экономики (отметьте лишний вариант).

- а) отсутствие значения среднего бизнеса
- б) равноправный характер партнерских отношений между крупным и мелким бизнесом.
- в) связи между крупным и мелким бизнесом на долгосрочной, возмездной основе.
- г) роль среднего бизнеса как посредника

14. Примером финансового бизнеса служат

- а) магазины
- б) аптеки
- в) банки
- г) агентства недвижимости

15. Примером посреднического бизнеса служат:

- а) фондовые биржи

- б) страховые компании
- в) агентства недвижимости
- г) автозаправочные станции

16. Банковская деятельность относится к

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) финансовому бизнесу;
- г) бизнесу в сфере услуг.

17. К основному преимуществу коммерческого бизнеса можно отнести

- а) независимость от качества ресурсов
- б) простоту бизнес-операции
- в) устойчивость
- г) легкость управления.

18. Крупный бизнес выполняет в экономике следующие функции:

- а) служит источником развития экономики;
- б) обеспечивает устойчивость экономики;
- в) накапливает и тиражирует наиболее эффективные правила и процедуры современного рационального бизнеса;
- г) все выше перечисленное верно.

19. Жизнеобеспечивающее предприятие - это:

а) малое предприятие, ориентированное на рынок, которое обеспечивает своему владельцу приемлемый уровень дохода и не имеет тенденции к быстрому росту:

б) предприятие малого бизнеса, ориентированное на рынок и имеющее тенденцию к быстрому росту и высокой отдаче вложенных в него средств;

в) только те малые предприятия, которые относятся к мельчайшему бизнесу, а поэтому часто гибнут и не имеют тенденций к быстрому росту.

20. К экономическим функциям малого бизнеса относится:

- а) включение в производство временно незанятых ресурсов;
- б) внедрение новых товаров и услуг;
- в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
- г) верно все выше перечисленное.

21. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:

- а) к традиционному малому бизнесу;
- б) венчурному бизнесу;
- в) франчайзингу;
- г) нет правильного ответа

22. К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относится:

- а) количество занятых на предприятии;
- б) отраслевая принадлежность бизнеса;
- в) количество постоянных клиентов;
- г) единство собственности и управления на предприятии.

23. К формам информационной поддержки малого бизнеса относится:

- а) сдача в аренду оборудования;
- б) обеспечение возможностей пользоваться техническими библиотеками;
- в) оказание консультативных услуг малым предприятиям;
- г) предоставление налоговых льгот.

24. Услуги брокеров, работающих на фондовой бирже относятся к:

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому предпринимательству;
- в) финансовому предпринимательству
- г) консультативному предпринимательству.

25. К предпринимателям, занятым в сфере консультативного бизнеса относится:

- а) аудитор;
- б) дилер
- в) инвестор;
- г) брокер.

26. Коммерческое предпринимательство характеризуется:

- а) операциями и сделками по купле-продаже товаров и услуг
- б) производством товаров и услуг
- в) обращением, обменом стоимостей
- г) консультированием

Длительность тестирования – 20 минут

Шкала оценивания

По одному баллу за каждый правильный ответ

Задание 3. Разбор производственной ситуации

Описание ситуации: Небольшое кафе в парке отдыха, одно из многих, имеет 9 столиков. Посетители, увидевшие свободный столик, садятся и их обслуживают. Время пребывания клиентов за столиком распределено

экспоненциально и в среднем составляет 24 мин. Если свободных мест нет, люди проходят мимо в расположенные неподалеку практически такие же кафе. Поток потенциальных клиентов можно считать пуассоновским, его интенсивность – 1 человек (пара или группа) за 2 минуты.

Контрольный вопрос:

Хозяин подумывает немного расширить кафе и довести количество столиков до дюжины. Принесет ли ему выгоду этот шаг, если занятый столик приносит 750 руб. в час, из которых остается оплатить содержание одного столика-300руб./час?

Какое количество столиков принесет ему наибольшую прибыль?

Длительность разбора ситуации – 15 минут

Задание 4. Деловая игра

«Выбор идеологии бизнеса»

Условие игры.

1. Обучающие заранее подбирают и изучают материалы (учебной литературы, научной литературы, периодической печати) по теме «Идеология бизнеса».

2. Перед началом игры группа делится на 2 подгруппы. В подгруппах назначаются руководители.

3. Всем раздается текст «Заочный спор». Обучающиеся знакомятся с текстом. Затем участники одной подгруппы объявляются приверженцами концепции Т. Веблена, а участники второй подгруппы – концепции Ф. Найта.

4. В обеих подгруппах организуются дискуссии с целью выработки общей аргументации.

5. В группе организуется дискуссия между подгруппами, каждая из которых защищает «свою» концепцию.

6. Организуется совместная выработка наиболее разумной идеологии бизнеса в переходный период.

Руководитель деловой игры подводит итоги занятия. Временные рамки всех этапов игры определяются преподавателем.

Текст: «Заочный спор»

Торстейн Веблен (1857–1929) профессор экономики Чикагского университета. В своей книге «Теория праздного класса» (1899). Т. Веблен подверг резкой критике рыночную экономику.	Франк Найт (1885–1972) профессор экономики Чикагского университета. В своей книге «Риск, неопределенность и прибыль» (1921) Ф. Найт защищает рыночную экономику.
---	--

1. Он поставил под сомнение утверждение о том, что «королем» требующим лучшие товары и услуги и получающим их, является потребитель. Т. Веблен показал, что потребители подвергаются всевозможным видам общественного и психологического давления, вынуждающего их иногда покупать ненужные им товары, пользоваться дорогостоящими услугами. 2. Т. Веблен ввел понятие «показное потребление», означающая тенденцию богачей покупать товары и услуги только для того, чтобы произвести впечатление на других. Это, в свою очередь, вынуждает потребителей среднего класса и даже бедняков делать тоже самое. Получается так, что спрос на флакон духов по цене один доллар может быть ниже, чем на те же самые духи, но по цене 15 долларов за флакон. 3. Автор книги доказывал, как жажда прибыли толкает некоторых предпринимателей на неэтичные поступки. Ими применяются всевозможные организационные и силовые методы.	1. Производство товаров и услуг определяется исключительно потребителем. Государство должно придерживаться здесь нейтралитета или, по крайней мере, осуществлять легкое управление. 2. Ф. Найт указывал, что за исключением жизненно необходимых вещей, покупка любого человека может быть истолкована как «показная». Кроме того, кто возьмется определять, какие предметы являются разумными и необходимыми 3. Ф. Найт считал прибыль движущей силой бизнеса. Стремление к получению прибыли заставляет предпринимателей производить то, что нужно потребителю. Фирмы, не сумевшие удовлетворять потребностям рынка, сходят со сцены. Прибыль, считал Ф. Найт, является наградой предпринимателю за деятельность в условиях риска.
--	---

4. Т. Веблен сделал вывод, что капитализм обречен, и в перспективе будет заменен более чуткой к людям системой.	4. Рыночное производство, считал Ф. Найт – самое разумное из того, на что можно надеяться в обозримом будущем.
---	--

Длительность деловой игры - 40 минут

Задание 5. Домашнее задание

Изучить классификацию видов предпринимательства. Указать основные характеристики видов предпринимательства. Результаты представить в виде следующей таблицы.

№№ п	Вид предпринимательской деятельности	Основные характеристики вида предпринимательской деятельности
1		
2		
....		
....		
п		

Задание 6. Эссе

1. Написать эссе на тему «Сущность предпринимательства» по следующему плану:

1. Цели осуществления предпринимательской деятельности.
2. Принципы осуществления предпринимательской деятельности.
3. Функции предпринимательской деятельности.

2. Написать эссе на тему «Внешняя предпринимательская среда» по следующему плану:

1. Сущность предпринимательской среды.
2. Понятие внешней предпринимательской среды.
3. Подсистемы внешней предпринимательской среды: микро- и макросреда.
4. Факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность и их оценка.
5. Рынок как среда функционирования предпринимателей.

3. Написать эссе на тему «Внутренняя предпринимательская среда» по следующему плану:

1. Содержание внутренней предпринимательской среды.
2. Основные подсистемы внутренней предпринимательской среды.

Тема 3. Основные организационно-правовые формы фирмы

Задание 1. Тест по теме

Тестовые задания типа А

Выбрать один или несколько правильных ответов

А1. По форме собственности предприятия делятся на:

- а) государственные;
- б) муниципальные;
- в) строительные;
- г) коллективные;
- д) частные;
- е) сельскохозяйственные.

А2 .Критерием разграничения закрытых и открытых акционерных обществ является:

- а) принадлежность капитала;
- б) численность занятых;
- в) количество участников;
- г) стоимость основных фондов;
- д) величина оборотных фондов.

А3. Высшим органом управления акционерного общества являются:

- а) совет директоров;
- б) собрание уполномоченных;
- в) общее собрание акционеров;
- г) собрание держателей привилегированных акций.

А4. Юридическим лицом признается:

- а) человек, имеющий юридическое образование;
- б) организация, имеющая обособленное имущество, отвечающее этим имуществом по своим обязательствам;
- в) человек, который выступает в качестве ответчика в суде;
- г) организация, выступающая истцом в судебном разбирательстве.

А5. Предприятие, правом собственности, на которую обладает конкретный человек:

- а) частное предприятие;
- б) государственное предприятие;
- в) коллективная собственность;
- г) смешанное предприятие.

А6. Определите, какая из перечисленных ниже характеристик является достоинством индивидуальной формы предпринимательства:

- а) ограниченная ответственность;
- б) привлечение крупных сумм капитала;
- в) большие масштабы производства;
- г) мобильность и простота процедуры учреждения.

А6. Установите, какую из следующих функций не выполняют рядовые акционеры акционерного общества открытого типа:

- а) получают часть прибыли в форме дивидендов;
- б) непосредственно управляют процессом производства;
- в) выбирают наблюдательный совет;
- г) несут ответственность по обязательствам корпорации в пределах принадлежащего им пакета акций.

А7. Совместные предприятия - это:

- а) предприятия, капитал которых принадлежит иностранным предпринимателям;
- б) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям двух и более стран;
- в) объединения двух и более лиц для осуществления предпринимательской деятельности, в котором участники несут ответственность не только в размере своих вкладов, но и всем своим имуществом;
- г) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям своей страны.

А8. Цена погашения двухгодичной облигации с номиналом 1000 руб. и купоном 120 руб.:

- а) меньше 1000 руб.;
- б) равна 1000руб.;
- в) равна 1120 руб.;
- г) равна 1240 руб.

А9. С ростом ставки процента начальная цена облигации:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) не изменяется.

А10. Складочный капитал формируется при создании:

- а) общества с ограниченной ответственностью;
- б) полного товарищества;
- в) открытого акционерного общества;
- г) закрытого акционерного общества.

А11. Уставный фонд не формируется при создании:

- а) акционерного общества;
- б) общества с ограниченной ответственностью;
- в) артели;
- г) казенного предприятия.

А12. Хозяйственным товариществом является:

- а) общество с ограниченной ответственностью;
- б) общество с дополнительной ответственностью;
- в) коммандитное товарищество;
- г) закрытое акционерное общество.

А13. Одно лицо может быть полным товарищем:

- а) в двух товариществах;
- б) одном товариществе;
- в) одном полном товариществе и одном коммандитном товариществе;
- г) неограниченном числе товариществ.

А14. Акционерным обществом является хозяйственное общество:

- а) с разделенным на доли уставным капиталом;
- б) разделенным на определенное число акций паевым фондом;
- в) разделенным на доли складочным капиталом;
- г) разделенным на определенное число акций уставным капиталом.

А15. Роль малого бизнеса в национальной экономике заключается в:

- а) оперативном реагировании на изменения рынка;
- б) развитии творческой инициативы работников;
- в) создании новых рабочих мест;
- г) массовом производстве новой продукции;
- д) развитии специализации и кооперации производства.

А16. Отличие предприятия, создаваемое юридическим лицом, от индивидуального предпринимателя:

- а) необходимость разработки учредительных документов;
- б) использование средств и предметов труда для производства продукции;
- в) право заниматься предпринимательской деятельностью;
- г) все перечисленное в вариантах.

А17. Наиболее распространенная организационно-правовая форма создания малого предприятия:

- а) общество с ограниченной ответственностью;
- б) открытое акционерное общество;

- в) закрытое акционерное общество;
- г) холдинг.

А18.Продолжительность «жизненного цикла» партнерства:

- а) неограниченна;
- б) зависит от условий соглашения между учредителями;
- в) может быть ограничена продолжительностью жизни партнеров и продолжительностью его участия в фирме;
- г) 2 года.

А19.За унитарным предприятием имущество закрепляется:

- а) на праве собственности;
- б) на праве хозяйственного ведения или оперативного управления;
- в) передается по договору аренды в бессрочное пользование;
- г) передается в бессрочное пользование на праве собственности.

А20.Для создания АО нужен уставный капитал в 50 млн.руб. Для формирования данного уставного капитала планируется выпуск акций – 50 тыс. шт. Номинал каждой акции составит:

- а) 1 тыс. руб.;
- б) 10 тыс. руб.;
- в) 100 тыс. руб.;
- г) нет верного ответа.

Вставить пропущенные слова

В2. Смешанными по называют предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям двух или более

- а) капиталу, стран;
- б) прибыли, предприятиям;
- в) формам, регионов;
- г) капиталу, предприятиям.

В3. Для организаций получение и распределение не является основной целью.

- а) коммерческих, прибыли;
- б) некоммерческих, прибыли;
- в) смешанных, основных средств.

В4. Индивидуальный самостоятельно решает вопросы – что, как и для производить.

- а) субъект, чего;
- б) предприниматель, чего;
- в) предприниматель, кого.

В5. Субсидиарная..... означает дополнительную ответственность всех товарищей, размеру их вклада.

- а) ответственность, пропорционально;
- б) ответственность, непропорционально;
- в) ограниченность, пропорционально;
- г) ограниченность, непропорционально.

В6. При создании общества в его уставе указывается соотношение и привилегированных акций.

- а) акционерного, простых;
- б) хозяйственного, именных;
- в) акционерного, именных,
- г) совместного, простых.

Длительность тестирования – 45 минут

Шкала оценивания

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Задание 2. Мозговой штурм

1. Два индивидуальных предпринимателя намерены создать коммерческую организацию для совместного осуществления предпринимательской деятельности. Организационно-правовая форма юридического лица должна обеспечивать конфиденциальность финансовой информации, а также ограничение пределов ответственности предпринимателей по ее обязательствам.

В каких организационно-правовых формах может быть создана такая организация?

2. В 1974 г., в преддверии мирового экономического кризиса американский экономист Э. Элбинг писал: «Внешнее окружение организации все больше становится источником проблем для современных руководителей.

Выразите своё мнение по данному высказыванию.

3. Укажите, в чем причины широкого размаха мелкого предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой и живучести мелких фирм.

Задание 3. Кейс-задача

Кейс №1.

Ситуация. Иванов А.А. получили в наследство 100 тыс. руб. На эти деньги он решили открыть индивидуальное предприятие. Подсчитав расходы, Иванов пришел к выводу открыть Общество с ограниченной ответственностью (ООО) или Полное товарищество (ПТ).

Вопросы:

- а) Почему Иванов пришел к такому решению?
- б) В какой организационно-правовой форме лучше открыть Иванову предприятие, если это производственное предприятие?

Задания:

Задание 1.

Выделите общие и отличительные черты организационно-правовых форм: полное товарищество (ПТ) и общество с ограниченной ответственностью (ООО).

Выполнение задания следует оформить в виде таблицы

Общие черты		
являются коммерческими организациями, ставящими основной задачей получение прибыли и распределение ее между участниками; и т.д. (не менее четырех пунктов).		
Различия		
Признаки	ОО	ПТ
1. Состав участников 2. Численность участников 3. Порядок формирования уставного (складочного) капитала 4. Величина уставного (складочного) капитала 5. Органы управления 6. Участие учредителей в деятельности 7. Порядок принятия решения 8. Распределение прибыли 9. Ответственность учредителей по обязательствам предприятия		

Задание 2

Назовите степень проявления отношения работников к своей деятельности (высокая, средняя или низкая) на предприятиях различных организационно-правовых форм:

- заинтересованность в результатах труда;
- ответственность за свою деятельность;
- возможность перспективного развития;
- экономическая устойчивость;
- степень риска управленческой деятельности;

- гибкость и быстрота изменений внутренних переменных предприятия.

Кейс №2.

Цель. Понимать особенности систем мотивации на предприятиях в различных странах.

Ситуация. А. Морита, основатель корпорации «Sony», называет следующие особенности японской модели мотивации:

«Мы считаем нецелесообразным и ненужным слишком часто определять круг обязанностей каждого работника потому, что всех учат действовать, как в семье, в которой каждый готов делать то, что в данный момент необходимо. Если где-то допущен брак, то считается дурным тоном, если управляющий начнет выяснять, кто допустил ошибку. В своих контактах с иностранными компаниями я очень часто видел, что таким второстепенным вещам, как внешний вид, здания и обстановка кабинетов, уделяется гораздо больше времени, внимания и денег, чем они этого заслуживают. Мы предпочитаем, прежде всего, заботиться об атмосфере на наших заводах, о создании комфортабельной, простой и приятной рабочей обстановки, что, как мы считаем, оказывает прямое воздействие на качество продукции...

В Америке люди приучены к системе, когда человек продает свой труд за определенное вознаграждение. В каком-то отношении это хорошо, потому что люди знают, что они должны трудиться, чтобы заработать деньги, иначе их уволят. В Японии мы идем на риск, обещая людям постоянную занятость, и затем должны постоянно их мотивировать. Все же я считаю большой ошибкой мнение о том, что деньги — это единственный способ вознаграждения за труд. Людям нужны деньги, но они хотят, прежде всего, получить удовольствие от своей работы и гордиться ею».

Вопросы

1. Как вы относитесь к тезису о том, что в развитых странах зарплата перестает быть существенным мотивационным фактором? Аргументируйте свою позицию.

2. Каково в среднем, по вашей оценке, должно быть соотношение заработной платы руководителей высшего звена и непосредственных исполнителей работы в организации? Различается ли это соотношение в различных странах (например, в США и Германии)?

3. Каковы особенности системы мотивации работников в современной России? Какую роль занимают в ней материальные стимулы? Приведите примеры. Аргументируйте свою точку зрения.

Длительность выполнения задания – 45 минут

Задание 4. Решение задач

Задача №1.

Ценная бумага дает право на получение через 5 лет 2000 тыс. руб. Годовая процентная ставка 15%. Сколько стоит ценная бумага сегодня?

В таблице приведены данные, характеризующие результаты функционирования пяти предприятий города в течение года.

<i>Предприятия</i>	<i>Показатели работы предприятий</i>		
	<i>Размер годовой прибыли</i>	<i>Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, млн. ден. ед.</i>	<i>Среднегодовой остаток оборотных средств, млн. ден. ед.</i>
A	20	75	50
B	30	150	100
C	25	100	100
D	40	300	100
E	35	125	125

Определите предприятие, характеризующееся наивысшей эффективностью работы.

Задача №2.

Имеются следующие данные по предприятию:

Уставной капитал (обыкновенные акции номиналом 10 тыс. руб.) - 1800000 тыс. руб.

Чистая прибыль - 630000 тыс. руб.

Сумма выплаченных дивидендов - 300000 тыс. руб.

Эмиссионная премия - 200000 тыс. руб.

Накопленная прибыль - 720000 тыс. руб.

Стоимость покупки одной акции - 11000 тыс. руб.

Стоимость продажи одной акции - 16000 тыс. руб.

Найти коэффициент рыночной активности предприятия: прибыльность одной акции, соотношение цены и прибыли на одну акцию, норма дивиденда на одну акцию, доходность акции с учетом курсовой стоимости акции, балансовая стоимость акции, доля выплаченных дивидендов.

Задача №3.

Как изменится добавочный капитал акционерного общества, если будут размещены дополнительные обыкновенные акции номинальной стоимостью 10 руб. в количестве 50000 шт. при цене размещения 12 руб.

Задача №4.

Предприятие для финансирования деятельности использует капитал, который имеет следующую структуру:

Элементы капитала	Величина капитала, тыс. руб.
Уставной капитал	200

Добавочный капитал	300
Заемный капитал	500

Величина прибыли по результатам деятельности за год составила 300 тыс. руб. ставка налога на прибыль составляет 30%. Определить доходность капитала.

Задача №5.

Стоимость на начало года акции компании «Аякс» — 1200 руб.; акции компании «Эко-С» — 1348 руб.; акции компании «Пилор» — 679 руб. За год акции первой компании поднялись на 4%, второй — упали на 3%, третьей — поднялись на 3,5%. Определить изменение стоимости портфеля акционера на конец года, если у него 190 акций компании «Аякс»; 245 акций компании «Эко-С»; 460 акций компании «Пилор».

Задача №6.

Акционерное общество выпустило 1800 простых акций и 200 привилегированных. Номинальная стоимость простой акции — 10 000 руб., а привилегированной — 20 000 руб. Дивиденд по привилегированным акциям — 20%. Нераспределенная прибыль составила 1 600 000 руб. Определить доходность простой акции.

Задача №7.

План товарооборота 650 тыс. руб. Прирост товарных запасов по нормативу 25 тыс. руб. Естественная убыль 15 тыс. руб. Определить потребность в товарах.

Задача №8.

Площадь торгового зала магазина 450 кв. м. В будущем году она увеличится на 50 кв. м. Фактический товарооборот магазина в отчетном году составил 9 млн. руб. В планируемом году товарооборот на 1 кв. м увеличится на 4 тыс. руб. Определить планируемый товарооборот магазина в млн. руб.

Задача №9.

План товарооборота на месяц — 600 тыс. руб. Количество ассортиментных разновидностей в торговом зале — 500. Средняя цена за единицу товара — 80 руб. Определить первую часть торгового запаса (рабочий запас) в днях.

Задача №10.

Вследствие резкого сокращения объема продаж требуемая доходность привилегированной акции компании увеличилась с 10% до 20%. Ставка процента 8%.

- 1) Найти относительное изменение цены привилегированной акции.
- 2) На сколько процентов новая цена акции отличается от той цены, которая была бы при абсолютной надежности фирмы?

Задача №11.

У Ирины Николаевны были акции компании «Газпром» -10 шт. по 100 р. и государственные облигации - 5 шт. по 200 руб-лей. Какой доход получила Ирина Николаевна, если размер дивидендов составил 15 %, а процент по облигациям - 8 %?

Длительность решения одной задачи – 10 мин.

Задание 5. Деловая игра

«Совет директоров»

Цель игры:ознакомить участников с вариантами качественного улучшения деятельности фирмы, находящейся накануне финансового банкротства; сформировать навыки принятия стратегических решений, умения отстаивать свое мнение в условиях жестких переговоров.

Содержание игры:эта игра моделирует реальную социально - экономическую ситуацию - угрозу финансового краха крупной фирмы, проигрывающей в борьбе за покупателя своему более находчивому и удачливому конкуренту.

Участники игры: Совет директоров фирмы, основная задача которого выработать стратегию действий накануне финансового краха.

У каждого участника есть Бланк для решений. Набор предлагаемых решений, записанный в этом Бланке, выдал аналитический центр фирмы после тщательного расчета на компьютерах всех данных, характеризующих ее деятельность за последний финансовый год.

Любой член Совета директоров вправе наряду с приводимыми вариантами решений предлагать для обсуждения свои, но окончательное решение принимает Совет после заслушивания доклада экспертов, проанализировавших деятельность фирмы за последний год.

Доклад группы экспертов

«Наша группа тщательно рассмотрела материалы, характеризующие производственную и коммерческую деятельность фирмы за последний год, ознакомилась с бухгалтерской отчетностью, проверила баланса, пробела ряд бесед с ведущими работниками фирмы.

За отчетный период фирма выпустила 50000 магнитофонов для автомобилей и реализовала из них 40000 шт., по цене 2000 руб. за одну штуку, в результате чего выручка фирмы составила 80 млн. руб.

На фирме работает 2 000 человек, средняя заработная плата работника 800 руб. в месяц. Таким образом, годовые расходы на заработную плату были в пределах 20 млн. руб., Остальные расходы распределились следующим образом:

Материалы – 30 млн. руб.;

Амортизация – 10 млн. руб.;

Научные исследования – 6 млн. руб.;

Расходы на рекламу – 4 млн. руб.;

Оплата посреднических услуг – 5 млн. руб.;

Налоги и платежи в бюджет – 15 млн. руб.;

Итого: 70 млн. руб.

В итоге расходы фирмы, кроме заработной платы, составили 70 млн. руб., а в сумме с заработной платой - 90 млн. руб., что превышает выручку на 10 млн. руб.

Фирма была вынуждена взять в банке кредит на 10 млн. руб. под 30% годовых, в результате чего необходимо вернуть банку 13 млн. руб. На складе скопилось 10000 нереализованных магнитофонов.

Акционерам не выплачены дивиденды, т.к. фирма понесла убытки.

Группа экспертов считает необходимым срочно принять меры для повышения доходов или уменьшения издержек фирмы с тем, чтобы в течение ближайшего года не только погасить долги, но и обеспечить получение прибыли в объеме не менее 5 млн. руб.»

После заслушивания доклада группы экспертов каждый участник - сначала анализирует полученную информацию и принимает индивидуальное решение, записывая его порядковый номер в Бланке, графа «Индивидуальное решение».

Например, решение повысить расходы на рекламу (на 50%) в Бланке записано под номером 1, а участник считает, что это мероприятие надо проводить значительно позже, и вписывает в графу число 12 и т.д.

Одновременно, участник должен оценить, во что обойдется осуществление его решений и какой эффект (прибыль) ожидается.

Собственно игра заключается о том, что каждый участник этого совещания аргументировано отстаивает свою точку зрения по всем пунктам. Если с ним соглашается большинство участников или к этому решению присоединяется координатор игры, решение считается принятым, т.е. в графе «Решение совета» проставляется цифра. Время, отведенное для этой процедуры, - 1 час. Объясняется это активизацией конкурента на рынке и тем, что в последующем банк значительно

повысит ссудный процент за пользование кредитом, который фирма уже взяла. В случае неуплаты этого процента банк угрожает большими денежными штрафами или арестом всех банковских счетов фирмы.

Координатор следит за индивидуальной работой участников и за коллективным обсуждением.

Координатор вправе сообщить всем участникам свое мнение и обсуждение этого пункта можно повторить.

<i>Предлагаемое решение</i>	<i>Инд. решени е</i>	<i>Решени е Совета</i>	<i>Годовые расходы, млн. руб.</i>	<i>Годовая прибыль, млн. руб.</i>
1. Повысить расходы на рекламу (на 50%)				
2. Уволить до 20% работников, прежде всего пенсионеров и совместителей				
3. Сократить расходы на научные исследования (на 30% или 50%)				
4. Увеличить расходы на научные исследования, разработать новую модель магнитофона				
5. Эффективнее использовать оборудование, повысить его загрузку, перейти на 2 - хсменную и 3 – хсменную работу предприятия				
6. Взять в банке дополнительный кредит				
7. Сократить управленческий аппарат (30%)				
8. Выпустить дополнительные акции и продать их на фондовой бирже				
9. Сдать в аренду помещения (до 20% производственной площади), сократив производство				
10. Повысить качество производимых магнитофонов, организовать послепродажное обслуживание				
11. Переобучить рабочих (до 50%), за счет этого увеличить объем производства				
12. Перепрофилировать фирму на производство другого товара, более рентабельного				
13. Открыть новые фирменные магазины				
14. Увеличить оклады менеджеров (на 80-90%)				
15. Обратиться за финансовой поддержкой к правительству и получить субсидии				
16. Повысить цены на товар в 1,2-1,5 раза				
17. Выяснить специфику технологии фирмы – конкурента				

18. Отказаться от услуг посредника				
19. Ввести жесткую экономию ресурсов энергии				
20. Нанять новых менеджеров				
21. Сократить заработную плату на 25% части рабочих				
22.				

Игру рекомендуется проводить в 2 этапа: поиск индивидуальных решений и принятие коллективного решения Советом. На первый этап отводится 15-20 мин., на второй – 40-50 мин., а на подведение итогов 10-15- мин.

Задание 6. Домашнее задание

1. Указать, в чем заключается преимущества крупных фирм и в чем – их недостатки.

<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
1)	1)
2)	2)
3)	3)
4)	4)

2. Заполнить таблицу.

<i>Преимущества индивидуального предпринимательства</i>	<i>Недостатки индивидуального предпринимательства</i>
1)	1)
2)	2)
3)	3)
4)	4)

3. Провести сравнительный анализ видов предпринимательства (заполнить таблицу, взяв за образец строчку 1).

<i>Виды предпринимательства</i> <i>Характерные черты</i>	<i>Индивидуальное предпринимательство</i>	<i>Товарищество (партнерство)</i>	<i>Корпорация</i>
1. Регистрация	Просто, дешево (+)	Просто, дешево (+)	Значительные расходы, бюрократические процедуры (-)
2. Свобода действий			
3. Специализация управления			
4. Финансирование			
5. Имущественная ответственность			

6. Налогообложение			
7. Возможность расширения			
8. Продолжительность существования			
9. Возможность злоупотреблений			
10. Разделение функций собственности и управления			

Задание 7. Эссе

Написать эссе на следующие темы:

1. «Государство и предприниматель как успешно взаимодействовать».
2. «Бизнес в современном обществе».
3. «Причина, по которой люди создают общество - сохранность их собственности» Джон Локк.
4. "Система частной собственности - важнейшая гарантия свободы не только для владельцев собственности, но и для тех, у кого её нет".
5. «Устойчивость обществу придают или цепи, или собственность» (Ф. Искандер).

Тема 4. Методика создания бизнеса

Задание 1. Тест по теме

Тестовые задания типа А

Выбрать один правильный ответ

A1. К организационным мероприятиям при создании нового предприятия относят все пункты, кроме

- а) управление рисками и страхование
- б) выбор единоличного или коллективного ведения бизнеса, подбор кадров
- в) разработка и утверждение учредительных документов
- г) открытие временного счета в банке
- д) регистрация предпринимательской деятельности

A2. Контрактная система организации бизнеса посредством продажи крупной компанией права на пользование товарным знаком малым фирмам и предпринимателям

- а) корпорация
- б) франчайзинг
- в) лизинг
- г) аренда

А3. Факторы, которые следует учитывать при выборе местоположения промышленного предприятия

- а) трудовые ресурсы, транспортная сеть, требования экологического характера, земля
- б) топливо и электроэнергия, финансовые возможности, благоприятный климат

А4. Последовательность действий и операций по преобразованию материалов в сырье называется:

- а) процессом производства;
- б) трудом;
- в) производственной системой;
- г) процессом управления.

А5. Для современной тенденции мирового развития производственных систем характерен переход:

- а) от природных ресурсов к синтетическим;
- б) от дорогих ресурсов к более дешевым;
- в) от специализированных ресурсов к универсальным;
- г) верно все выше перечисленное.

А6. Использование машин для частичной замены труда, ранее выполняемого людьми, называется:

- а) механизацией;
- б) автоматизацией;
- в) стандартизацией;
- г) компьютеризацией.

А7. Отметьте положительные стороны франчайзинговых отношений:

- а) продавец своей марки предоставляет помощь ее покупателю в передаче технологии производства, в области «ноу-хау» и обучения персонала;
- б) продавец торговой марки осуществляет реализацию произведенной продукции предприятию-покупателю.

А8. Венчурный капитал – это:

- а) уставной капитал
- б) рисковый капитал;
- в) основные фонды предприятия.
- г) оборотные фонды предприятия

А9. Примером единичного труда может служить:

- а) создание любой сложной техники;
- б) создание уникальных приборов;
- в) использование на производстве любого квалифицированного ручного

труда;

г) верно все выше перечисленное.

A10. Серийное производство - это:

- а) производство однородной продукции в значительных масштабах;
- б) повторяющееся, стабильное производство единообразных товаров и услуг;
- в) производство разнотипных изделий с интервалами между сериями;
- г) уникальное производство единичных экземпляров продукции.

A11. Примером шаблонного труда может служить труд:

- а) инженера;
- б) работника на конвейере;
- в) строителя;
- г) ученого.

A12. Какие учредительные документы необходимы для создания предприятия:

- а) устав, учредительный документ, лицензия
- б) устав, учредительный договор, протокол №1
- в) устав и трудовой договор

A13. Внесение участниками предприятия полностью своих вкладов в банк происходит:

- а) не позднее чем через 6 месяцев после регистрации
- б) не позднее чем через 12 месяцев после регистрации
- в) не позднее чем через 12 месяцев после открытия постоянного

A14. Сведения, составляющие предпринимательскую тайну:

- а) учредительные документы, сведения о численности работающих, условия труда
- б) планы внедрения новых технологий и видов продукции
- в) уровень складских запасов, наличие свободных рабочих мест
- г) все ответы верны

A15. Юридическое лицо считается созданным с момента:

- а) Постановки на учет во все фонды
- б) Получения свидетельства о государственной регистрации
- в) Получения лицензии

A16. Признаки юридического лица (совокупность прав и обязанностей) возникают в результате

- а) Волеизъявления учредителей
- б) Стечения обстоятельств

- в) Экологической катастрофы
- г) Экономической ситуации

A17. Кто может выступать учредителями предприятия?

- а) Только физические лица
- б) Только юридические лица
- в) Физические и юридические лица

A18. Документ, который определяет правоспособность предприятия, его правовой статус – это:

- а) Учредительный договор
- б) Устав
- в) Лицензия

A19. Формы реорганизации юридического лица

- а) Разделение, выделение, слияние, присоединение.
- б) Разделение, выделение, преобразование, присоединение.
- в) Разделение, выделение, слияние, преобразование, присоединение.

A20. Формы прекращения юридического лица

- а) Реорганизация
- б) Ликвидация
- в) Реорганизации или ликвидация

Тестовые задания типа В

B1. Найдите соответствие

Действие предприятия по отношению к продукту	Стадии жизненного цикла
Первоначальный вариант/дальнейшая доводка	Рост
Модернизирование	Упадок
Дифференциация, поиск новых мест применения, расширение ассортимента	Насыщение
Улучшение за счет маргинальной дифференциации (упаковка, цвет и т.д.)	Зрелость
Рационализация, сокращение ассортимента продукта	Выпуск на рынок

B2. Установите соответствие между названиями форм собственности и примерами их реализации.

1. Частная
2. Общая долевая

3. Общая совместная

- а) мировой океан используется всеми странами
- б) лес принадлежит государству
- в) работники владеют акциями предприятия
- г) гражданин является владельцем кафе

В3. Используемый капитал— это:

- а) сумма собственного капитала и заемного капитала предприятия.
- б) разница между текущим объемом продажи продукции и точкой безубыточности.
- в) собственные и привлеченные средства, которыми профинансированы активы предприятия.
- г) расходы на приобретение или создание основных средств.

В4. Капитальные вложения— это: разница между текущим объемом продажи продукции и точкой безубыточности.

- а) собственные и привлеченные средства, которыми профинансированы активы предприятия.
- б) сумма собственного капитала и заемного капитала предприятия.
- в) расходы на приобретение или создание основных средств.

В5. Коэффициент зависимости— это:

- а) отношение обязательств к совокупным активам предприятия.
- б) отношение суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам предприятия
- в) отношение фактической продолжительности работы одной смены в данном цехе к нормальной продолжительности, равной 8 часам.
- г) отношение собственного капитала к совокупным активам предприятия.

Длительность тестирования – 45 минут

Шкала оценивания

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Задание 2. Кейс-задача

Кейс 1: Предприятие – это корабль в море бизнеса. Если он будет крепок, то и бизнес будет успешным. В России действует заявительная форма регистрации предприятий (за исключением некоторых специальных, например охранных, при создании которых необходимо получить разрешение в органах МВД). Если поданные на регистрацию документы создаваемой

фирмы со-ответствуют требованию закона, предприятие будет зарегистрировано. Запрещается отказывать в регистрации предприятию по причине его нецелесообразности (ненужности, бесполезности). Процесс создание предприятия включает в себя несколько этапов (не по порядку):

- изготовление круглой печати и углового штампа;
- открытие постоянного расчетного счета; – открытие временного счета в банке;
- утверждение устава предприятия и оформление протокола № 1;
- внесение участниками предприятия полностью своих вкладов в банк;
- получения разрешения на изготовление круглой печати и углового штампа;
- заключение учредителями договора о создании и деятельности предприятия;
- передача сведений о предприятии для включения в государственный реестр;
- регистрация предприятия в районной налоговой полиции;
- определение состава учредителей и разработка учредительных документов;
- регистрация предприятия. Необходимо расположить данные этапы в правильном порядке и дать характеристику каждому этапу.

Ответить на вопросы:

- 1) Сколько по закону должен составлять минимальный уставный капитал предприятия?
- 2) Сколько должен составлять уставной капитал предприятия, если партнером предпринимателя выступает иностранец?
- 3) В виде чего может предприниматель делать взнос в уставный капитал?
- 4) Треть официально зарегистрированных предприятий на территории России сегодня не функционируют. Половина из них не проработала и одного дня. Как Вы думаете, какой этап необходимо добавить или убрать из процесса создания фирмы для того, чтобы избежать этого в будущем?

Кейс 2:Ниже представлена примерная схема устава фирмы и учредительного договора. Разработайте сокращенный вариант (по усмотрению преподавателя) устава и (или) учредительного договора для Общества с ограниченной ответственностью. Обоснуйте, почему именно эти условия вы включили в данные документы?

Устав фирмы «...»
Раздел 1. Общие положения:
– владельцы фирмы,
– юридический статус фирмы,
– адрес.
Раздел 2. Предмет деятельности:

– цели создания фирмы, – какие товары или услуги производит фирма.
Раздел 3. Филиалы и представительства. Дочерние компании
Раздел 3. Уставной капитал. Имущество фирмы: – какими средствами владеет фирма, – источники этих средств, – основные виды доходов фирмы – увеличение и уменьшение уставного капитала, – распределение прибыли между участниками, – резервный фонд и иные фонды фирмы, – выход участника из фирмы.
Раздел 4. Права и обязанности владельцев
Раздел 5. Управление фирмой: – кто возглавляет фирму, порядок назначения руководства, – порядок прекращения ее деятельности.
Учредительный договор о создании фирмы «...»
Раздел 1. Предмет договора. Виды деятельности
Раздел 2. Порядок совместной деятельности учредителей по созданию фирмы
Раздел 3. Уставной капитал: – размеры уставного капитала, – как он формируется, – распределение убытков.
Раздел 4. Распределение прибыли фирмы
Раздел 5. Состав органов фирмы: – высший орган – руководство текущей деятельностью – орган контроля
Раздел 6. Порядок выхода участника из фирмы
Раздел 7. Исключение участника из фирмы
Раздел 8. Заключительные положения – срок действия договора – изменение учредительного договора

Кейс 3: Большинство предпринимателей России - оптимисты. Они считают, что препятствием для развития бизнеса в России служат:

1. Налоговый пресс – 87 %;
2. Низкий платежеспособный спрос – 39,7%;
3. Правовая незащищенность предприятий – 19,4 %;
4. Неисполнение государством своих денежных обязательств – 26,2 %;

5. Высокая стоимость кредитов – 40,1 %;
6. Произвол чиновников – 21,9 %;
7. Неустойчивость рубля – 16,0 %;
8. Политическая нестабильность – 27,1 %;

Задания:

1. Проанализируйте статистические данные и поясните, что более всего мешает бизнесу в России?
2. Как можно преодолеть это препятствие?

Длительность выполнения задания – 45 минут

Задание 3. Деловая игра

Игра 1. «Мой бизнес»

В этом конкурсе Вам необходимо придумать и подробно описать СВОЮ оригинальную идею для реального бизнеса.

Придумайте и опишите:

1. Название компании
2. Логотип (изображение полного или сокращенного названия Компании или торговой марки в виде надписи, рисунка с различными элементами)
3. Миссию компании
4. Реализуемый товар
5. Почему именно этот бизнес?
6. Ваши способности для этого бизнеса?
7. Есть ли конкуренты у Вашего бизнеса? Кто они?
8. Какие преимущества имеются у Вашего бизнеса
9. Кто Ваши клиенты?
10. Как Ваши клиенты узнают о Вашем бизнесе?

Каждый пункт задания оцените по предложенным критериям. Полностью освещен вопрос – 1 балл, не освещен – 0, освещен, но не полностью – 0,5.

Максимальное количество баллов – 10.

Игра 2. «Как сделать бизнес»

Как сделать бизнес (Подготовительная часть)

Здравствуйте, дорогие обучающиеся! Мы собрались здесь для того, чтобы научиться делать бизнес. Как сделать капитал? Ответ на этот вопрос очень простой - нужно быть деловым человеком. Что значит быть деловым человеком? Деловой человек может вложить свой капитал с пользой для дела, так чтобы получить доход. У делового человека каждая вложенная в дело сумма оборачивается через некоторое время доходом, превышающим вложенную сумму. Сколь быстро вложенная сумма даст доход и во сколько

раз он превысит вложенную сумму - вот в чем можно измерить деловые качества человека. Давайте поиграем в такую игру... Посмотрим, кто будет в выигрыше, хотя, может быть кто-то останется и в проигрыше. Бизнес - дело рискованное. Нужно предусматривать и такой исход. Давайте к нашей следующей встрече подготовим весь ваш капитал, все, что можно превратить в условные деньги или в ценные бумаги. Притом, давайте все начнем с капитала в сто долларов. Итак, домашнее задание. Сделайте себе условные деньги в различных купюрах в сумме, составляющей сто долларов. Если вы имеете акции или какие-либо ценные бумаги - тоже нарисуйте их. Наметьте для себя, на чем вы будете делать бизнес. Каждый из присутствующих должен представить себя в двух лицах: как владелец капитала и как умелец, который при помощи капитала может основать дело в любой отрасли, которую выберет для себя. Вкладывать свой капитал вы можете в чужое дело. Вам же могут заказать любую работу за деньги вкладчиков капитала. При этом оплата будет производиться теми условными долларами, которые вы нарисуете. Посмотрим, кто окажется в выигрыше. Может быть, кто-то и проиграет. Но ведь это - игра. Лучше проиграть в игре, чем в жизни. Итак, все готовьтесь. Следующая встреча - проба наших с вами сил, как сделать бизнес. До встречи. (Преподаватель).

Как сделать бизнес (Игровая часть)

Дорогие студенты, мы собрались здесь все, чтобы поиграть в бизнесменов. Возможно, у кого-то это получится лучше, кого-то постигнет неудача, но лучше неудача в игре, чем в жизни. На ошибках учимся - они неизбежны в любой деятельности. Мы надеемся, каждый из вас принес деньги, нарисованные условными купюрами, в общей сложности сто долларов. Это будет начальный капитал в нашем бизнесе. Помимо этого - многие из вас имеют акции или другие ценные бумаги, которые также могут давать доход. Кроме того, каждый из вас наметил какое-то дело, которым вы сможете заниматься, если получите заказ, то есть финансирование от кого бы того ни было. Вы можете выступить и брокером, то есть, покупая ценные бумаги, создаете потом ситуацию, при которой их ценность повышается, и вы можете с выгодой ее перепродать другому бизнесмену. Итак, ведущий, посмотрите, с чем пришли на деловую встречу участники игры. У каждого должно быть что-то за душой. Пусть все это условность, но за всем этим стоит большой смысл. Итак, посмотрите, и посадите участников игры всех лицом к лицу. Пожалуйста. (Преподаватель). Итак, начинаем деловую встречу. Давайте предоставим по очереди каждому слово. Под руководством ведущего каждый расскажет о своем бизнесе, и что ему для этого требуется. Ведущий, руководите, пожалуйста. (Преподаватель). Ну, а сейчас самое интересное: частные беседы, деловые контакты партнеров. Через отведенное время (ведущий сообщит об этом заранее) посмотрим, кто какой суммой располагает. Итак, предоставляем всем полную свободу предпринимательства на оговоренное ведущим время. Ведущий, пожалуйста, объявите время для завершения сделок, и мы начинаем наш бизнес. Пожалуйста. (Преподаватель).

Итак, время истекает. Подсчитайте, пожалуйста, каждый свой капитал. Приготовьтесь доложить об этом всем. (Преподаватель). А сейчас, ведущий, дайте, пожалуйста, по очереди всем слово. Каждый объявит свой капитал. Ведущий, руководите, пожалуйста. (Преподаватель). Ведущий, подведите, пожалуйста, итог. Мы поздравляем победителей. Пожалуйста. (Преподаватель). А теперь можно дать слово победителям. Пусть они расскажут, как они сделали свой бизнес. Ведущий, руководите, пожалуйста. (Преподаватель). Всем большое спасибо. На этом наша встреча закончена. Пусть выявленным здесь бизнесменам удача сопутствует всегда, а остальные у них учатся. Спасибо всем. (Преподаватель).

Длительность деловой игры – 30 мин.

Задание 4. Мозговой штурм

1. Иванов Иван Петрович решил создать собственное предприятие, так как всегда мечтал об этом. Он поставил перед собой цель: создать небольшую булочную на другом конце улицы. Он тщательно готовился, учился, брал пример с опытных бизнесменов и организовал свое дело. Спланировал он все достаточно грамотно и бизнес начал вскоре приносить прибыль, появились постоянные покупатели, и все было относительно стабильно. Продолжалось это в течение двух лет, но вскоре рядом с булочной Ивана Петровича появилась большая кондитерская с гораздо большим ассортиментом и гибкими ценами. Спустя месяц булочная Ивана Петровича закрылась. Почему бизнес Ивана Петровича прожил так недолго, ведь все шло хорошо?

2. Василий Иванович получил наследство богатого дедушки и решил организовать собственный бизнес, открыть фитнес - центр. Взял дополнительный кредит в банке, купил бизнес план у хорошего специалиста и спустя 6 месяцев открыл свой фитнес- центр. Он считал, что на этом его миссия закончена и можно пожинать плоды, постепенно возвращать кредит и получать прибыль. Но, конкуренты, у которых уже был фитнес-центр такого типа в данном районе, решили переманивать клиентов Василия Ивановича недобросовестным путем. Василий Иванович не был к этому готов, а тут еще и налоговая служба с пожарной инспекцией серьезно придралась к его организации. Такого поворота событий Василий Иванович не ждал и вскоре на месте его фитнес центра образовался магазин, но уже совершенно с другим хозяином. Бизнес Василия Ивановича прогорел вместе с наследством дедушки. Почему так произошло?

3. Ольга Петровна решила создать свой бизнес. У нее была цель, и мечта, к которой она давно стремилась. Она выяснила, что около одного из колледжей совершенно отсутствуют какие-либо кафе или столовые. Взяв кредит в банке, она решила создать небольшую закусочную неподалеку от

колледжа, так как была уверена, что дело пойдет хорошо. Так и случилось. Пол года закусочная Ольги Петровны пользовалась огромным спросом и у нее всегда были клиенты. Но затем Ольга Петровна, как умный предприниматель поняла, что бизнес нужно расширять. Начать она решила с изменения меню, перед ней стал выбор изменить меню, включая туда полноценные обеды, стоимостью от 200 рублей, или фирменные закуски стоимостью не более 50 рублей. Она понимала, что нужно расширяться, так как у всех хороших закусочных уже были полноценные обеды, поэтому она и решила включить именно их. Изменив меню и бросив все свободные финансовые средства на новые обеды, спустя месяц она поняла, что дела закусочной заметно ухудшились, покупателей стало мало и продукты для обедов быстро портились и пропадали. Еще через 2 месяца. Ольга Петровна была вынуждена закрыть свою закусочную. В чем же дело, ведь она все делала правильно и логично?

4. Ашот Валерьевич решил создать свой бизнес. Он хотел создать организацию по производству контрольных браслетов для баров, ресторанов, клубов и т.д. До него на рынке этого города никто этим не занимался, приходилось все заказывать из Москвы. Он был слабо знаком со стратегическим планированием и решил не заморачиваться по этому поводу. Его бизнес занял свою нишу и существовал 4 года, за это время Ашот Валерьевич диверсифицировал деятельность своего бизнеса (не меняя основного профиля) и создал множество магазинов по всему городу. В это же время Клавдия Семеновна также решила создать свой бизнес. Основной профиль создаваемого бизнеса был абсолютно такой же, как и у Ашота Валерьевича, но, в отличие от него она была экономистом и к стратегическому планированию отнеслась с гораздо большей серьезностью и ответственностью. Четко сформулировала миссию, составила грамотный бизнес- план. Основная цель звучала так: «Стать основным производителем контрольных браслетов на рынке города». Спустя год ее фирма закрылась, организовала она все гораздо тщательнее Ашота Валерьевича, но почему же его бизнес существует до сих пор, а она была вынуждена уйти с рынка?

Задание 5. Домашнее задание

Приведите список литературных и иных источников информации, в том числе Интернет-ресурсов (например: Журнал ЭКСПЕРТ - <http://www.expert.ru>; База полнотекстовых версий журналов, публикуемых издательством BlackwellPublishers - <http://search.epnet.com>; Электронная база данных периодики Information - http://www.eiq.com/usr_login.html; журнал «Экономика и предпринимательство» - <http://www.intereconom.com>; журналы «Российское предпринимательство» и «Креативная экономика» - <http://www.creativeconomy.ru>; журнал «Менеджмент в России и за рубежом» -

<http://www.mevriz.ru> и т.п.), необходимых для изучения данной темы. На основе их изучения напишите эссе на следующие темы:

1. Принципы и механизмы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности.
2. Управление предприятием:
 - организация, подбор и расстановка кадров;
 - мотивация и стимулирование работников;
 - координация и контроль.
3. Оценка эффективности предпринимательской деятельности:
 - методы расчета дохода, прибыльности и рентабельности бизнеса;
 - определение коэффициентов эффективности деятельности предпринимательской организации.

Тема 5. Бизнес – план предприятия.

Задание 1. Перечень вопросов для устного опроса

Ответить устно на следующие вопросы:

4. Что такое бизнес-план?
5. Значение бизнес – плана для предприятия
6. Структура и содержание бизнес – плана
7. Задачи бизнес – планирования

Длительность устного опроса – 15 минут

Задание 2. Тест по теме

Тестовые задания типа А

Выбрать один или несколько правильных ответов

А1. Бизнес – план предприятия - это

- а) необходимый документ для добывания денег или получения льгот
- б) рабочий инструмент, позволяющий исследовать и оценивать любое конкурентное направление и перспективы деятельности предприятия на определенном рынке
- в) документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем

А2. Какого типа бизнес-плана не существует

- а) внутренний бизнес-план

- б) бизнес-план для получения кредитов
- в) расчетный бизнес-план
- г) бизнес-план для привлечения инвесторов
- д) бизнес-план финансового оздоровления.

А3. Конъюнктура рынка – это

- а) совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений
- б) часть рынка, которую способен занять предприниматель
- в) современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка
- г) число взаимосвязанных организаций

А4. Сегмент рынка – это

- а) часть рынка, которую способен занять предприниматель
- б) процесс изучения и удовлетворения потребностей людей
- в) совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений

А5. Раздел бизнес-плана, в котором раскрывается краткое содержание всего проекта

- а) производственный
- б) финансовый
- в) резюме
- г) маркетинговый

А6. Отметьте раздел бизнес-плана, включающий в себя рекламу

- а) финансовый
- б) организационный
- в) маркетинговый
- г) финансовый

А7. Раздел бизнес-плана включающий схему производственных потоков

- а) финансовый
- б) организационный
- в) маркетинговый
- г) производственный

А8. Инфраструктура рынка – это

- а) современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка
- б) процесс изучения и удовлетворения потребностей людей
- в) совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений

А9. Раздел бизнес-плана, который включает в себя сегмент рынка

- а) финансовый
- б) организационный
- в) оценка рисков и страхование
- г) нет верного варианта

А10. Составляющие плана маркетинга

- а) сервис
- б) реклама
- в) ценообразование
- г) все варианты верны

А11. Опасность, вероятность потери части ресурсов, то есть возможность наступления какого - либо неблагоприятного события в результате хозяйственно-финансовой деятельности – это:

- а) расходы
- б) риск
- в) убыток
- г) урон

А12. Выделяют четыре основных планово-отчётных документа, отражающие результаты финансовой деятельности предприятия (отметьте лишнее)

- а) маркетинговый план
- б) оперативный план
- в) план о доходах и расходах
- г) план о движении денежных средств
- д) балансовый отчёт
- е) план производства

А13. Раздел бизнес-плана, в котором указывается заработная плата административно-управленческого персонала

- а) производственном плане
- б) финансовом плане
- в) резюме
- г) организационном плане

А14. Опасность, возможность убытка, вероятность потери части ресурсов

- а) ущерб
- б) риск
- в) банкротство
- г) ответственность

А15. Область риска, при котором предприниматель теряет все свои активы

- а) критическая
- б) допустимая
- в) катастрофическая
- г) безрисковая

А16. Заемный капитал предприятия включает:

- а) Уставный фонд.
- б) Резервный фонд.
- в) Краткосрочные кредиты банков и заемные средства, срок возврата которых еще не наступил.
- г) Кредиторская задолженность.
- д) Долгосрочные кредиты и займы, не погашенные в срок.

А17. Платежеспособность предприятия означает:

- а) Способность предприятия регулярно и своевременно погашать свои краткосрочные финансовые обязательства.
- б) Способность предприятия регулярно и своевременно погашать свои долгосрочные финансовые обязательства.

А18. Коэффициент абсолютной ликвидности определяется:

- а) Отношением дебиторской задолженности к краткосрочной задолженности к краткосрочной задолженности.
- б) Отношением денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочной задолженности.
- в) Отношением денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности к краткосрочной задолженности.

А19. Что означает кредитоспособность предприятия?

- а) Возможность платить проценты за кредит.
- б) Возможность вернуть кредит.
- в) Возможность вернуть кредит и уплатить проценты за него.

А20. В каком случае повышается кредитоспособность предприятия?

- а) Рост показателя отношения товарооборота к чистым текущим активам при условии безубыточности продажи.
- б) Снижение показателя отношения товарооборота к собственным средствам при условии безубыточности продажи.
- в) Рост показателя отношения дебиторской задолженности к товарообороту.

А21. В каком случае снижается кредитоспособность предприятия?

- а) Рост показателя отношения товарооборота к чистым текущим активам при условии безубыточности продажи.

- б) Рост показателя отношения товарооборота к собственным средствам при условии безубыточности продажи.
- в) Рост показателя отношения дебиторской задолженности к товарообороту.

A22. Как определяется рентабельность совокупного капитала?

- а) Как произведение плановой рентабельности по товарообороту и совокупного капитала
- б) Как отношение прибыли к совокупному капиталу.
- в) Как отношение совокупного капитала к прибыли.

A23. Как определяется капиталотдача:

- а) Как отношение средней суммы совокупного капитала к товарообороту.
- б) Как отношение товарооборота к средней сумме совокупного капитала.
- в) Как отношение средней суммы капитала к основным фондам предприятия.

Тестовые задания типа В

Выбрать один правильный ответ

В1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения 75 тыс. руб. Дебиторская задолженность (срок погашения не более года) 300 тыс. руб. Краткосрочная задолженность предприятия 500 тыс. руб. Определить коэффициент абсолютной ликвидности

- а) 0,15. б) 0,75. с) 0,6. д) 0,5.

В2. Товарооборот предприятия в отчетном периоде увеличился на 10%. Рентабельность не изменилась. Чистые текущие активы на начало года составили 600 тыс. руб., а к концу года составили 648 тыс. руб. Что произошло в отчетном периоде с кредитоспособностью?

- а) Не изменилась.
- б) Снизилась.
- с) Повысилась.

В3. Товарооборот предприятия в отчетном периоде увеличился на 10%. Дебиторская задолженность к концу года выросла на 12%. Что произошло в отчетном периоде с кредитоспособностью?

- а) Не изменилась.
- б) Снизилась.
- с) Повысилась.

В4. Собственные активы предприятия на конец отчетного периода составили 600 тыс. руб. Краткосрочная задолженность на конец периода – 800 тыс. руб., а

долгосрочная задолженность – 400 тыс. руб. Определить коэффициент соотношения собственных и заемных средств.

- a) 0,5 b) 1,0. c) 2,0. d)1,5.

В5.Собственные активы предприятия в отчетном периоде выросли на 10%. Краткосрочная задолженность выросла на 6%., а долгосрочная задолженность не изменилась. Что произошло в отчетном периоде с финансовой устойчивостью?

- a) Не изменилась.
b) Снизилась.
c) Повысилась.

В6.Собственные активы предприятия на конец отчетного периода составили 600 тыс. руб. Собственные оборотные средства предприятия на конец периода составляют 300 тыс. руб. Определить коэффициент маневренности собственных средств.

- a) 2,5. b) 1,5. c) 2,0. d)0,5.

В7.Прибыль предприятия за квартал 120 тыс. руб., а средняя сумма совокупного капитала за квартал 600 тыс. руб. Определить рентабельность всего капитала.

- a) 20,0. b) 15,0. c) 5,0. d)12,0.

Длительность тестирования - 40 минут

Шкала оценивания

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Задание 3. Решение задач

Задача 1.

Для организации ресторана быстрого обслуживания требуется приобрести:

- помещение;
- технологическое оборудование;
- мебель;
- автотранспорт;
- произвести ремонт помещения;
- инвентарь, посуда, прочие.

Потребность в инвестиционных ресурсах составит:

- на капиталовложения – 11 000 000 рублей.

- на пополнение оборотных средств – 2760 тысяч рублей.

Для финансирования проекта планируется привлечь кредит:

1. на капиталовложения в размере 11 млн. рублей на срок 18 месяцев под 22 % годовых;
2. на пополнение оборотных средств в размере 2760 тысяч рублей на срок 12 месяцев по 22 % годовых.

Финансовые риски для данного инвестиционного проекта застрахованы в Российской страховой компании под залог своего имущества.

Определить степень риска данного проекта.

Задача 2

Для реализации проекта необходимо привлечь 8626 тыс. руб. Планируется взять в банке два кредита: на капитальные затраты (на 18 месяцев 22% годовых) и на пополнение оборотных средств (12 месяцев 22% годовых).

Определить сумму кредита на капитальные затраты и сумму кредита на пополнение оборотных средств (с учетом того, что выплаты по кредиту должны осуществляться ежемесячно).

Задача 3

Дать оценку факторов конкурентоспособности предприятий из нижеприведенной таблицы

Факторы конкурентоспособности	Оценка, балл			
	«Лидо»	«Мадо»	«Ашхана во дворе»	«Скатерть-самобранка»
I товар (услуги)				
1.количество оказываемых услуг	5	4	4	5
2.Престиж торговой марки	5	5	4	0
3.Удобство месторасположения	4	4	3	4
4.Удобная парковка	5	4	3	5
5.Быстрота обслуживания	5	5	4	5
6.Вежливость	5	4	4	5

персонала				
7.Атмосфера уюта	5	5	5	5
8.Разнообразие предлагаемых услуг	5	3	3	4
II Цена				
1. Продажная цена	3	4	5	4
2. Использование скидок	3	3	3	5
III Продвижение товара на рынок				
1. Радиореклама	2	2	2	5
2.Наружная реклама	5	5	0	5
3. TV реклама	0	0	0	0
4.Реклама на мелко тиражной печатной продукции	4	0	0	5
ИТОГО:	61	53	44	62

Длительность решения одной задачи – 10 мин.

Задание 4. Деловая игра

Игра «Бизнес-планирование»

Подготовка игры

Руководитель игры:

- 1) заранее, минимуму неделю до начала игры, ставит перед руководством фирмы задачу – подготовить данные для разработки одной из эталонных стратегий развития фирмы на следующий год (200N+1)г. (например, стратегии концентрированного роста);
- 2) сообщает исходные данные:
 - усилить позиции на рынке, довести объем продаж с 1 до 5% от общего рынка;
 - изменить соотношение объемов производств традиционного продукта и нового или модернизированного продукта от 1:1 до 1:5

соответственно в 200N и (200N+2)гг.;

3) перед началом игры предоставляет руководству фирмы типовые формы плановых документов (форма 1-5).

Форма 1

**Стратегический план усиления позиций фирмы на рынке
200N – (200N+2)гг. (для высшего звена управления)**

<i>Альтернативный вариант</i>	<i>Экономический и социально - политический сценарий</i>	<i>Внешняя эффективность (доля на рынке)</i>	<i>Внутренняя эффективность (ресурсы, резервы)</i>	<i>Стратегическое управление (действия)</i>
1	Типовой			
2	Собственный			

Примечание. При подготовке типовых планов возможны различные варианты их построения в зависимости от отрасли, где действует фирма, ее размеров, вида выбранной стратегии и т.д.

Форма 2

**Стратегический план развития продукта фирмы
201N – (201N+2)гг. (для инженеров-менеджеров)**

<i>№ n/n</i>	<i>Планируемые действия руководителей среднего звена</i>	<i>Ответственный за исполнение</i>	<i>Сроки реализации и исполнения</i>	<i>Способы и сроки контроля</i>
1	Определение способов достижения развития продукта			
2	Разработка календарных планов и установление взаимосвязей между подразделениями фирмы			
3	Оценка затрат времени на разработку, испытание, освоение и внедрение в производство новой продукции			
4	Определение необходимых ресурсов и резервов для каждой операции (составление			

	бюджета)			
5	Коррекция планов			

Примечание. Для фирм, занимающихся некоторыми видами деятельности возможно выделение стадий: уточнение ролей и взаимоотношений; делегирование полномочий для выполнения каждого вида работ.

Участники игры

1) До начала игры подбирают и изучают необходимый материал, рекомендованный преподавателем для оценки перспектив развития экономики страны и отрасли, в которой действует данная фирма (на перспективу до (201N+2)г.);

2) Определяют жизненный цикл традиционной продукции фирмы, необходимость и возможность ее модернизации или разработки и выпуска новой продукции в соответствии с перспективой изменения потребностей и покупательского спроса на период до (201N+2)г.;

3) Готовят предложения и расчеты для руководства, которые могут быть использованы при выработке стратегии фирмы и разработке стратегического планов.

Цель игры

Выработка у будущих руководителей некоторых практических навыков анализа деятельности фирмы, определения перспективы, умения отличать стратегические цели и задачи от целей и задач тактического и оперативного управления.

Условия игры

1) Выработка стратегии и разработка стратегических планов фирмы осуществляется высшим руководством (генеральным директором, главным инженером, главным бухгалтером). Разрабатываются два плана:

- Стратегический план усиления позиций фирмы на рынке;
- Стратегический план развития продукта фирмы.

2) Подготовка необходимой информации, расчеты и обоснования выполняются менеджерами среднего звена управления.

3) Плановые предложения обсуждаются на производственных совещаниях всех участников игры и принимаются или отвергаются путем открытого голосования.

4) В ходу игры используются материалы прежних деловых игр. Условно допустимо предположение, что фирма работает на полную мощность, поставки и сбыт осуществляются беспрепятственно, норма

прибыли соответствует среднеотраслевой.

Сценарий игры

1. Руководитель делает краткое сообщение о целях, условиях и порядке игры, распределяет роли среди участников и нормы времени для каждого этапа.

2. Руководители высшего звена управления ставят конкретные задачи начальникам отделов и служб, определяют время выполнения заданий разработки для стратегических планов усиления позиций на рынке и плана развития продукта, одновременно уточняют позиции среднего звена управления по отношению к стратегии развития фирмы.

3. Руководители подразделений фирмы готовят предложения для: а) высшего руководства фирмы; б) отделов и служб фирмы; в) подразделений, которым и руководят сами. Оценивают затраты, необходимые для реализации стратегических планов по своему отделу. Представляют материалы для обсуждения на производственные совещания, и после корректировки приступают к составлению раздела стратегического плана развития продукта по своему подразделению.

4. В конце игры участникам представляется время для кратких сообщений о выработанной стратегии и вариантах планов, необходимых для их реализации.

5. Руководитель игры подводит итоги работы участников и дает задание на дом для окончательного оформления двух стратегических планов фирмы.

Регламент игры

1. Вступительное слово руководителя.....	10 мин.
2. Обсуждение предложений и принятие решений о стратегии фирмы.....	20 мин.
3. Производственные совещания с постановкой задач.....	15 мин.
4. Отбор и анализ материалов для стратегических планов.....	20 мин.
5. Разработка вариантов планов.....	40 мин.
6. Подведение итогов игры.....	15 мин.
<i>Итого:</i>	<i>120 мин.</i>

Итоги игры

1. Оформленный и утвержденный стратегический план усиления позиций фирмы на рынке.

2. Разделы стратегического плана развития продукта фирмы по подразделениям.

Заключительный этап игры – обсуждение «бизнес-планов»

Комиссия из 3-5 чел. во главе с руководителем игры оценивает доклады по проектам бизнес-плана. Каждому из слушателей отводится 7-10 мин. для краткого сообщения о структуре и предназначении фирмы, главных направлениях ее стратегии, об организации управления производством и персоналом, а также для ответов на вопросы. При оценке работы слушателей комиссия руководствуется типовой методикой разработки бизнес-плана.

Типовая структура бизнес-плана

1. Титульный лист

Название и адрес предприятия. Ф.И.О. директора и номер его телефона. Суть проекта. Стоимость проекта (строительства, аренды) и источники получения средств (акции, займы, субсидии). Заявление о коммерческой тайне.

2. Введение и резюме проекта

Реклама. Выгодность. Сущность проекта создания предприятия. Средства, необходимые для осуществления дела. Вывод – почему фирма добилась успеха.

3. Анализ состояния отрасли

Характеристика отрасли (развивающаяся, стабильная, стагнирующая). Цель анализа – определить потребность в товаре или услуге по среднечеловеческому потреблению примерно за 10 лет. Динамика за последние 5 лет. Прогноз на 201N-(201N+2)гг. Конкуренты (кто производит аналоги продукта).

4. Содержание проекта

Описание товара (услуги). Сведения о патентах, опыте производства. Чем товар отличается от заграничного. Каковы перспективы экспорта. Где размещено предприятие. транспортная схема. Объем строительно-монтажных работ и график строительства. Подрядчик. Общая потребность в кадрах (управление и производство). Сведения о предприятиях-партнерах. Аргументы, обосновывающие успех дела.

5. Производственный план

График производственного процесса. Требования к организации производства. Оборудование, поставщики, условия поставки (аренда, покупка), стоимость сырья, материалы, поставка. Себестоимость производимого продукта. Экологическая и техническая безопасность.

6. Планы маркетинга

Потребители, спрос, сегменты рынка, конкуренты. Факторы, определяющие спрос (доходы населения, инвестиции, уровень жизни и

др.). Обоснование цены на продукцию. Организация сбыта с указанием торговых организаций, участвующих в сбыте. Организация рекламы и затраты на нее. Цены на 3-5 лет. Договоры на продажу товаров.

7. Организационный план

Форма собственности (товарищество, акционерное общество, частная). Для акционерного общества указать, сколько акций выпущено и сколько предполагается выпустить. Ф.И.О. членов совета директоров и номера их телефонов. Кто имеет право подписывать финансовые документы. Как распределяются обязанности между руководителями. Отношение с местной администрацией.

8. Риск проекта

Оценка риска проводится по трем стадиям: подготовительной, строительной и текущей деятельности. Факторы риска: политический, социальный, финансово - экономический, технический, технологический, экологический. Убежденность руководства и партнеров в объективности оценки степени риска. Мероприятия, сглаживающие отрицательное воздействие риска. Таблица с коэффициентом риска по каждому фактору риска и трем стадиям деятельности.

9. Финансовый план

Данный раздел является ключевым. По нему определяется эффективность проекта. План доходов и расходов (1-й год по месяцам, 2-й год по кварталам, 3-й год – суммарно на год). Расчетным путем определяется объем производства, при котором выпуск товара должен приносить прибыль. Основание для расчета – план денежных поступлений и выплат за весь срок по годам (форма 3). Срок окупаемости проекта определяется как период, за который величина накопленной чистой прибыли сравнивается с инвестициями. Инвестиции определяются как сумма платежей за годы освоения производственных мощностей, а чистой прибыли – как сумма (п. 3-4) за весь срок освоения мощностей.

Форма 3

Прогноз продаж по объемам

№ п/ п	Показатели	201N г. (по месяцам)	(201N+1) г. (по кварталам)	(201N+2) г. (суммарно)
1	Объем продаж в натуре			
2	Цена за единицу			
3	Объем реализации			

4	Объем реализации всех товаров			
---	----------------------------------	--	--	--

Форма 4

Баланс доходов и расходов по товару

№ n/ n	Показатели	201N г. (по месяцам)	(201N+1) г. (по кварталам)	(201N+2) г. (суммарно)
1	Объем реализации			
2	Цена			
3	Выручка, млн. руб.			
4	Расходы, млн. руб.			
	в том числе:			
	Постоянные			
	переменные			
5	Точка самоокупаемости			

Форма 5

План денежных поступлений и выплат

№ n/ n	Показатели	Годы освоения мощности			Годы после освоения мощности				
		1	2	3	1	2	3	4	5
1	Поступления от выручки продаж								
2	Другие доходы от реализации								
3	Итого поступлений (п.1-2)								
4	Платежи (всего)								
5	В том числе платежи:								
	Поставщикам								
	Заработная плата								
	Реклама								
	Арендная плата								
	Страховка								

	Процент ха кредит								
	Возврат кредитов								
	Амортизация								
	Налоги								
6	Баланс платежей (п.3-4)								

10. Приложение

В приложении дается наглядная схема деятельности предприятия, дополнительные данные и таблицы для лучшего восприятия стратегии бизнес-плана, схема и программы по технике и технологии и др.

Бизнес-план предназначен для партнеров, инвесторов, банков, внутреннего пользования. Он может быть полным или сокращенным. Руководство может привлекать к его разработке специалистов других фирм или организаций. Основные характеристики бизнес-плана: достоверность, наличие минимума информации, понятность, четкость, краткость, аргументированность, конкретность, привлекательность.

Итоги докладов и работы студентов подводит руководитель занятия.

Тема 6. Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности

Задание 1. Перечень вопросов для устного опроса

Ответить устно на следующие вопросы:

1. Что такое договор?
2. Перечислить виды договоров
3. Какие стадии договоров вы знаете?
4. Что такое предложение оферты?
5. Какие договоры относятся к обязательным?

Длительность устного опроса – 15 минут

Задание 2. Перечень вопросов для письменного опроса

Ответить письменно на следующие вопросы:

1. Понятие и виды договоров в предпринимательской деятельности.
2. Порядок заключения гражданско-правовых договоров.

3. Способы исполнения обязательств по договорам в предпринимательской деятельности.

Длительность письменной работы – 20 минут

Задание 3. Тест.

Из предложенных вариантов выбрать один правильный ответ

1. Соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.
а) уведомление
б) договор
в) компромисс
г) альтернатива
2. Вид договора непосредственно порождающий права и обязанности сторон, связанные с перемещением имущества, выполнением работ, оказанием услуг и т. п.
а) предварительный договор
б) основной договор
в) взаимный договор
г) обязательный договор
3. В зависимости от распределения прав и обязанностей между участниками договоры делятся на:
а) взаимные и односторонние
б) устные и письменные
в) возмездные и безвозмездные
г) обязательные
4. Договоры, заключающиеся в силу прямого указания закона
а) свободные
б) обязательные
в) основные
г) устные
5. Договор о создании и порядке деятельности хозяйственных товариществ, обществ, ассоциаций и других объединений - юридических лиц
а) договор купли-продажи
б) хозяйственный договор
в) учредительный договор
г) договор аренды

6. Выделите две стадии заключения договоров.

- а) оферта, акцепт
- б) начальная, заключительная

7. Предложение заключить договор – это

- а) оферта
- б) акцепт
- в) направление
- г) уведомление

8. Лицензия – это документ, позволяющий:

- а) осуществлять комиссионную торговлю непродовольственными товарами;
- б) приобрести сырье и материалы для производства продукции.
- в) специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении особых требований и условий

9. Согласие заключить договор – это

- а) оферта
- б) акцепт
- в) уведомление
- г) направление

10. Предложение, содержащее существенные условия договора и четко выражающее намерение заключить договор с любым лицом, которое отзовется (например, размещенные на прилавке товары с указанием их цены), называется...

- а) акцептом
- б) предложением оферты
- в) франчайзингом
- г) концессией

11. Сделка заключается только в письменной форме

- а) верно
- б) неверно

12. Одностороннее изменение условий договора разрешено только в трех случаях (отметьте лишний вариант)

- а) при задержке встречного исполнения обязательств;
- б) при просрочке исполнения обязательств;
- в) если одной из сторон существенно нарушены условия договора.
- г) при незначительных нарушениях условий договора

13. Договор, в котором содержатся элементы различных договоров.

- а) смешанный договор

- б) односторонний договор
- в) встречный договор
- г) хозяйственный договор

14. Контракт считается заключенным:

- а) с момента отправки продавцом письменного подтверждения покупателю о принятии его заказа
- б) с момента подписания контракта обеими сторонами
- в) с момента отправки продавцом письменного подтверждения покупателю о принятии его заказа, при условии, что подтверждение дано в пределах указанного покупателем срока
- г) все ответы верны

15. Договор бывает:

- а) возмездным
- б) безвозмездным
- в) купли-продажи
- г) все ответы верны

16. Договор, где одна сторона обязуется предать вещь в собственность другой стороне, а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную сумму денег – это:

- а) договор купли-продажи
- б) договор розничной купли – продажи
- в) договор поставки
- г) договор контрактации

17. Документ, который определяет правоспособность предприятия, его правовой статус – это:

- а) Учредительный договор
- б) Устав
- в) Лицензия

18. Публичной офертой является:

- а) Реклама
- б) Оферта, направленная одновременно двум контрагентам
- в) Публичное предложение о продаже государственного или муниципального имущества

19. К договорам, которые могут быть заключены только между предпринимателями, не относится:

- а) Договор коммерческой концессии
- б) Договор энергоснабжения
- в) Договор складского хранения

20. Простым товариществом признается:

- а) Договор, по которому двое или несколько лиц (товарищей) обязуются соединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной, не противоречащей закону цели
- б) Коммерческая организация, участники которого в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью и несут солидарно субсидиарную (дополнительную) ответственность по его обязательствам всем своим имуществом
- в) Коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на доли заранее определенных размеров, образованная одним или несколькими лицами, не отвечающими по ее обязательствам и несущими риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов

21. Предпринимательские договоры по своей юридической природе:

- а) Является разновидностью гражданско-правового договора
- б) Имеет аналогию с гражданско-правовым договором
- в) Имеет принципиальное отличие от гражданско-правового договора

22. Договор считается заключенным, если между сторонами достигнуто соглашение:

- а) Любым способом, о котором стороны условились исходя из принципа свободы договора
- б) Хотя бы по одному существенному условию договора
- в) По всем существенным условиям договора

23. Какие существенные условия необходимы для заключения гражданско-правового договора:

- а) Прямо названные в нормативно-правовых актах как существенные для данного вида договоров
- б) О предмете договора; условия, названные в нормативно-правовых актах как существенные; все условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение
- в) О предмете договора, об ответственности сторон, о моменте вступления договора в силу; условия, прямо названные в нормативно-правовых актах как существенные

24. С какой целью приобретаются товары по договору поставки:

- а) Для использования товаров в предпринимательской деятельности
- б) Для использования товаров в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием

в) Цель приобретения товаров не имеет значения для договора поставки

25. Консигнация является разновидностью:

- а) Дистрибьюторского договора
- б) Агентского договора
- в) Договора комиссии

26. Агентский договор может строиться по модели:

- а) Договора поручения
- б) Договора поставки
- в) Договора комиссии

27. Принципал – это одна из сторон в договоре:

- а) Комиссии
- б) Дистрибьюторском
- в) Агентском

28. Обязательство одной из сторон договора не заключать аналогичных договоров с другими субъектами на определенной в договоре территории может быть предусмотрено:

- а) Договором комиссии
- б) Дистрибьюторским договором
- в) Агентским договором

Длительность тестирования – 25 минут

Шкала оценивания

По одному баллу за каждый правильный ответ

Задание 4. Практическое задание

Задание: Предоставляю три вида договора:

- договор на разовую поставку кованых изделий;
- договор продажи гостиничных услуг;
- договор купли-продажи мебели.

Необходимо проанализировать содержание и оформление договоров и определить правильность их составления. Свой ответ обосновать. На основании общих положений договора купли-продажи и договора поставки товаров разработать 2 договора при следующих условиях:

- 1) Договор купли-продажи. Фирма производящая компьютеры продает их торговой компании. Объем реализуемой партии 200 шт. Срок продажи – 2 раза в месяц (по 100 шт.)

2) Договор поставки. Посредническая фирма поставляет компьютерные столы и стулья от производителя. Ее основные условия 100%-я предоплата поставки.

Длительность выполнения задания - 25 мин.

Тема 2. Организационные основы туризма

Задание 1. Перечень устных вопросов по теме:

- Что в себя включают туристические предприятия первичных услуг?
- Что в себя включают туристические предприятия вторичных услуг?
- Как туроператоры подразделяют туры с точки зрения их организации и финансирования?
- 4. Что представляет собой индивидуальные туры FIT?
- 5. Расскажите о работе итальянской фирмы UTAT, обслуживающей индивидуальные туры?
- 6. Что такое инсентив-тур?
- 7. Что такое поощрительный тур?
- 8. Что такое тур «включено все»?
- 9. На какие виды можно разделить туристские компании?
- 10. Каковы основные принципы государственного регулирования туризма и туристской индустрии?
- 11. Каковы задачи и приоритетные направления государственного регулирования туризма?
- 12. Какие методы использует государство при регулировании туризма и туристской индустрии?

Задание 2. Тесты по теме

Длительность тестирования- __45__ минут

Выбрать правильный вариант ответа

Тестовые задания типа А

А1. Выездной туризм - это выезд с постоянного места жительства:

- а) за пределы города
- б) за пределы страны на заработки
- в) на экскурсию в соседний город

А2. Предприятия, существующие только за счет туризма, называются:

- 1) туристскими предприятиями сферы первичных услуг
- 2) туристскими предприятиями сферы вторичных услуг

3) коммерческие предприятия

4) транспортные компании

А3. Предприятия, получающие доходы не только от туристской деятельности, называются:

1) туристскими предприятиями сферы первичных услуг

2) туристскими предприятиями сферы вторичных услуг

3) коммерческие предприятия

4) транспортные компании

А4. Туристское предприятие, которое комбинирует свои собственные и чужие услуги в новый — самостоятельный туристский продукт, называют:

1) туроператор

2) турагент

3) туринадустрия

4) тур.деятельность

А5. Паушальный тур – это...

1) коммерческий тур

2) комплексный тур

3) индивидуальный тур

А6. Международные туроператоры – это...

1) крупные туроператоры, которые предлагают свои продукты в нескольких странах

2) туроператоры обслуживающие большую территорию несколько регионов внутри страны

3) туроператоры предлагают свои услуги только на определенной географической территории, в определенном районе

А7. Межрегиональные туроператоры – это...

- 1) крупные туроператоры предлагают свои продукты в нескольких странах
- 2) туроператоры обслуживающие большую территорию несколько регионов внутри страны
- 3) туроператоры предлагают свои услуги только на определенной географической территории, в определенном районе

А8. Региональные туроператоры – это...

- 1) крупные туроператоры предлагают свои продукты в нескольких странах
- 2) туроператоры обслуживающие большую территорию несколько регионов внутри страны
- 3) туроператоры предлагают свои услуги только на определенной географической территории, в определенном районе

А9. Бюро специализируются на продаже паушальных туров:

- 1) бюро путешествий и экскурсий
- 2) специализированные турбюро
- 3) турбюро-филиал
- 4) турбюро по приему туристов

А10. Продажу туристских услуг, которые регион предлагает туроператорам из других регионов или приезжим гостям, осуществляет:

- 1) бюро путешествий и экскурсий
- 2) специализированные турбюро
- 3) турбюро-филиал
- 4) турбюро по приему туристов

А11. Отдел крупного туристского предприятия, расположенный за пределами страны:

- 1) бюро путешествий и экскурсий

- 2) специализированные турбюро
- 3) турбюро-филиал
- 4) турбюро по приему туристов

A12. Сбытом определенного вида тура занимаются:

- 1) бюро путешествий и экскурсий
- 2) специализированные турбюро
- 3) турбюро-филиал
- 4) турбюро по приему туристов

A13. Гостиница-это:

- 1) специализированное средство размещения туристов
- 2) коллективное средство размещения туристов, имеющее не менее 10 номеров
- 3) индивидуальное средство размещения туристов

A14. Рестораны, кафе и бары, услугами которых пользуются как туристы относятся:

- 1) производственные предприятия
- 2) предприятия общественного питания
- 3) торговые предприятия
- 4) предприятия сферы бытовых услуг

A15. Основными принципами государственного регулирования туризма и туристской индустрии (далее «государственное регулирование туризма») являются (укажите лишнее):

- 1) защита прав и охраняемых законом интересов граждан, в том числе обеспечение их безопасности при занятии туризмом
- 2) развитие туризма и индустрии туризма как приоритетного направления

государственной социально-экономической политики Российской Федерации

3) формирование представления о Российской Федерации как о стране, благоприятной для развития туризма

4) межгосударственные и внутригосударственные нормативно-правовые акты

A16. Принципам государственного регулирования туристской деятельности соответствует (укажите лишнее)

1) содействие туристской деятельности

2) постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма

3) создание благоприятных условий для развития туристской деятельности

4) определение приоритетных направлений туристской деятельности

A17. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется путем осуществления следующих мероприятий (укажите лишнее):

1) определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма

2) содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туристов и обеспечения их безопасности

3) содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии

4) рациональное использование туристских ресурсов

A18. Нормативно – правовые акты о туризме по масштабам их применения можно классифицировать на

1) производственные и непроизводственные

2) международные, федеральные, субъектов РФ и местные

3) межгосударственные и внутригосударственные

4) национальные и интернациональные

A19. Задачами государственного регулирования туризма являются (укажите лишнее):

- 1) создание благоприятных условий для рационального использования свободного времени, доступности туризма для всех категорий граждан Российской Федерации
- 2) развитие туризма и туристской индустрии Российской Федерации, путем увеличения доходов граждан Российской Федерации и государства, создания новых рабочих мест, повышения жизненного уровня населения, проживающего в местах временного пребывания туристов
- 3) рациональное использование туристских ресурсов, в том числе направление финансовых средств, получаемых от использования туристских ресурсов для их поддержания, охраны и развития
- 4) рациональное размещение производственных объектов

A20. Кредитные учреждения, страховые компании, станции проката спортивного инвентаря и лодок, спортивные школы, производители товаров для туризма и отдыха, рекламные агентства относятся к:

- 1) прочим туристские предприятия первичных услуг
- 2) туроператорам
- 3) турпосредникам
- 4) транспортных предприятий

Тестовые задания типа В

В1. Туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий называется:

- 1) деятельностью турфирм;
- 2) досуговой деятельностью;
- 3) организацией путешествий;
- 4) организацией отдыха;
- 5) туристической деятельностью;
- 6) предпринимательством.

В2. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов – переводчиков и другие

услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия, называются:

- 1) туристским сервисом;
- 2) сферой обслуживания;
- 3) социально – культурным комплексом;
- 4) туристским продуктом;
- 5) гостинично – туристским предприятием;
- 6) туром.

В3. Право на тур, предназначенное для реализации туристу, называется:

- 1) туристским продуктом;
- 2) правом на путешествие;
- 3) туристским товаром;
- 4) туристской путевкой;
- 5) реальной возможностью на путешествие;
- 6) продвижением тура.

В4. Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков, называется:

- 1) комплексом туристских услуг;
- 2) туристским сервисом;
- 3) социально – культурным обслуживанием;
- 4) туристским продуктом;
- 5) туристско – гостиничным комплексом;
- 6) туристской индустрией.

В5. Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и др.), называется:

- 1) продаж туристских путевок;
- 2) продвижением туристского продукта;
- 3) туристской индустрией;
- 4) пиар компанией;
- 5) туристской торговлей;
- 6) развитием туристских возможностей.

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Тема 8. Маркетинговая деятельность предприятия

Задание 1. Тест

Тестовые задания типа А

Выбрать один правильный ответ

А1..... - система организации и управления производственной и сбытовой деятельностью предприятий, изучение рынка с целью формирования и удовлетворения спроса на продукцию и услуги и получение прибыли.

- а) экономика
- б) маркетинг
- в) управление
- г) контроль

А2. Выделяют три основополагающих принципа маркетинга (отметьте лишний вариант).

- а) изучение потребностей, состояния и динамики спроса
- б) создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка и к структуре спроса
- в) оценка рисков и страхование

г) воздействие на рынок и на покупателя с помощью всех доступных средств, прежде всего рекламы

А3.К основным элементам структуры рынка относят

- а) спрос;
- б) конкуренты;
- в) потребители;
- г) все выше перечисленное.

А4.К преимущественно вещественным товарам относятся:

- а) соль
- б) обед в кафе
- в) образовательные услуги
- г) политические идеи.

А5.Товарный ассортимент:

- а) все, что может удовлетворить потребность покупателя с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления;
- б) вся группа товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность;
- в) вещь или услуга, удовлетворяющие какую-либо потребность и имеющиеся в ограниченном количестве;
- г) обособленная целостность, характеризующаяся показателями величины, цены и внешнего вида.

А6. Торговая марка - это:

- а) любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация, используемые для обозначения товаров фирмы и отличающие их от товаров конкурентов;
- б) упаковка, на которой указано только наименование продукта без обозначения производителя;
- в) любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация, используемые для обозначения товаров фирмы, зарегистрированное в законном порядке и дающее владельцу исключительное право на его использование.

А7.Самым длительным периодом жизненного цикла товара, как правило, является стадия:

- а) внедрения товара;
- б) роста;
- в) зрелости товара;
- г) спада.

А8. Небольшая фирма, которая имеет прочное положение на фирме и стремящаяся избежать ценовой войны, чаще назначает цену на свой продукт на уровне:

- а) выше рыночной;
- б) ниже рыночной;
- в) на уровне средней рыночной цены;
- г) на уровне лидера цен.

А9. К основным элементам продвижения товара относят:

- а) магазин;
- б) реклама;
- в) биржа;
- г) телевидение.

А10. К целям продвижения товара относят:

- а) обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.;
- б) информирование покупателя о назначении, качестве, цене и месте где можно приобрести товар;
- в) установление обратной связи с рынком и потребителем;
- г) верно все выше перечисленное.

А11. Маркетинговая структура предприятия, ориентированная на несколько рынков

- а) функциональная
- б) товарная
- в) рыночная
- г) региональная

А12. Продвижение товара - это:

- а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью;
- б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем;
- в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации;
- г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара.

А13. К достоинствам личных продаж можно отнести

- а) индивидуальный подход
- б) невысокие издержки
- в) возможность охватить большой круг контактной аудитории
- г) верно все выше перечисленное.

А14. Маркетинговая структура предприятия, ориентированная на несколько групп неоднородных товаров

- а) функциональная
- б) товарная
- в) рыночная
- г) региональная

А15. Реклама, направленная на рост объемов продаж с помощью описания свойств и преимуществ товара (реже цен), называется

- а) товарной рекламой
- б) институциональной рекламой
- в) пропагандистской рекламой
- г) сравнительной рекламой

А16. К достоинствам прессы как рекламного канала относится

- а) регулярность выхода
- б) широкий охват аудитории
- в) быстрое исполнение рекламы
- г) верно все выше перечисленное

А17. Обязательный участник рыночных отношений

- а) поставщик
- б) конкурент
- в) потребитель
- г) таможенный инспектор

А18. Концепция маркетинга, которой придерживаются предприятия, имеющие преимущественно серийное или крупносерийное производство с высокой эффективностью и низкой себестоимостью?

- а) концепция совершенствования производства
- б) концепция совершенствования товара
- в) концепция маркетинга
- г) концепция маркетинга взаимодействия

А19. Концепция маркетинга, при которой производители направляют свои усилия на повышение качества своего товара

- а) концепция совершенствования производства
- б) концепция маркетинга
- в) концепция совершенствования товара
- г) концепция совершенствования товара

А20. Целью данной концепции является обеспечение долговременного благосостояния не только отдельного предприятия, но и общества в целом

- а) концепция социально-этичного маркетинга
- б) концепция совершенствования товара
- в) концепция маркетинга
- г) концепция совершенствования производства

А21. Процесс разработки ряда существенных особенностей продукта, призванных отличить его от товаров – конкурентов

- а) дифференцирование товара
- б) диверсификация товара
- в) ассортимент товара
- г) производство

А22. Способ, в соответствии с которым потребители идентифицируют тот или иной товар по важнейшим характеристикам

- а) идентификация товара
- б) позиционирование товара
- в) дифференцирование товара
- г) диверсификация товара

А23. Комплекс маркетинга состоит из следующих пунктов

- а) товар, цена, организационная структура предприятия
- б) средства продвижения товара на рынок, каналы распределения, цена

А24. Маркетинговая структура предприятия, ориентированная на разные регионы

- а) функциональная
- б) товарная
- в) рыночная
- г) региональная

А25. Сообщение, предназначенное для некоторой заранее определенной группы людей, оплаченное конкретным заказчиком и имеющее целью побудить эту группу к конкретным желательным для заказчика действиям.

- а) реклама
- б) оферта
- в) сделка
- г) уведомление

А26. Число взаимозависимых организаций, вовлеченных в процесс продвижения товаров или услуг к конечному потребителю.

- а) средства продвижения
- б) канал распределения
- в) сбыт
- г) магазины

Тестовые задания типа В

В1. Найдите соответствие ценообразованию на рынках «чистой конкуренции», «монополистической конкуренции», «олигополистической конкуренции», «чистой монополии»:

«.....» предполагает наличие большого числа продавцов и покупателей однородных товаров, ни один покупатель или продавец не оказывает решающего влияния на цену, возможности маркетингового подхода к ценообразованию ограничены;

«.....» состоит из многочисленных покупателей и продавцов, ценообразование характеризуется тем, что продавцы назначают разные цены в пределах некоего диапазона, маркетингологи имеют возможность дифференцированного подхода к ценообразованию на товары или услуги с различными характеристиками;

«.....» доминируют несколько продавцов, каждый из которых весьма подвержен влиянию и маркетинговой стратегии конкурентов;

«.....» характеризуется тем, что на рынке присутствует только один продавец, цена может регулироваться государством или устанавливаться самим продавцом в зависимости от платежеспособности покупателя;

«.....» показывает то, насколько спрос чувствителен к изменению цены.

В2. При установлении цен на новые товары могут придерживаться стратегии «снятия сливок» или «проникновения на рынок», который предполагает:

«.....» - установление высоких цен на новые товары, которые рынком восприняты как высококачественные и наиболее подходящие для удовлетворения эмоциональных потребностей;

«.....» - установление оптимальных цен на новые товары, обеспечивающих выход на более широкие сегменты рынка.

В3. Какие определения, приведенные ниже, соответствуют понятиям «канал распределения», «прямой маркетинг», «вертикальная маркетинговая система», «уровень канала распределения», «традиционные каналы», «франчайзинг», «комбинированные маркетинговые системы», «управляемая ВМС», «горизонтальная ВМС», приведите примеры:

«_____» -это совокупность независимых организаций, участвующих в процессе продвижения товара или услуги от производителя к потребителю, который использует этот товар или услугу либо непосредственно, либо для производства на их основе других товаров или услуг;

« _____ » - звено посредников, которые выполняют определенные функции по перемещению товара и передаче права собственности на него очередному звену цепочки посредников в направлении конечных потребителей;

канал « _____ » - это маркетинговый канал, в котором отсутствуют посредники (промежуточные уровни или звенья);

« _____ » - это каналы, состоящие из одного или более независимых « _____ », часто не интересующихся системой в целом;

« _____ » - это структура канала распределения, при которой все участники (производители, оптовые и розничные торговые фирмы) функционируют как единая целая на основе договоренности между ними или на основе права владения всеми звеньями одним из участников;

« _____ » - это контрактное партнерство между производителем, оптовиком, сервисной организацией и малыми предприятиями и независимыми предпринимателями, которые покупают право владеть и руководить одной или более фирмами в системе;

« _____ » - ВМС, которая координирует последовательные этапы производства и распределения товаров благодаря размерам и мощи одного из участников системы, а не с помощью единственного владельца или договорных обязательств;

« _____ » - схема построения канала распределения, при которой две или более независимых компании одного уровня объединяют свои усилия, чтобы осваивать новые маркетинговые возможности;

« _____ » - многоканальные системы распределения, при которых какая-либо фирма формирует два и более канала распределения, чтобы охватить два и более сегмента рынка.

В4. В зависимости от широты и глубины ассортимента товаров и предлагаемых услуг различают «специализированный магазин», «универмаг», «магазины уцененных товаров», «универсам», «магазин товаров повседневного спроса», «супермагазины (универсамы широкого профиля, гипермаркеты)», магазины, торгующие по сниженным ценам (дисконтеры):

- а) розничный магазин, который предлагает узкую группу товаров со значительной глубиной ассортимента;
- б) предприятие розничной торговли, которое отличается большим разнообразием предлагаемых групп товаров, обычно включающих одежду, товары для дома и хозяйственные товары. Каждой товарной группой занимается специализированный отдел универмага, возглавляемый специалистами по снабжению или торговле товарами данной группы;

- с) магазин самообслуживания, который специализируется на широком ассортименте товаров;
- d) небольшой магазин, расположенный вблизи жилого района, который открыт с утра и допоздна семь дней в неделю и предлагает ограниченный ассортимент ходовых товаров повседневного спроса;
- e) относительно маленькие магазинчики, расположенные в жилых районах, которые работают с раннего утра до позднего вечера и без выходных; предлагают ограниченный ассортимент ходовых товаров повседневного спроса. Продолжительное время работы и небольшие объемы совершаемых закупок делают эти магазины достаточно дорогими;
- f) огромные магазины, чья цель — удовлетворять все потребности покупателей в продовольственных и непродовольственных товарах. К этой группе магазинов относят комбинированные магазины, представляющие собой объединение универсама с магазинами, торгующими по сниженным ценам, магазинами-«убийцы товарных категорий», склада-магазина;
- g) продают стандартный узкий или широкий ассортимент товаров по более низким ценам, устанавливая меньшие наценки, но имея больший товарооборот за счет торговли в основном товарами отечественного производства;
- h) продают постоянно варьирующийся нестабильный ассортимент товаров высокого качества, остатки, излишки, товары с незначительными дефектами, купленные у производителя или других розничных торговцев. Они покупаются по цене ниже оптовой и продаются покупателям по цене ниже розничной.

В5. Система маркетинговых коммуникаций включает следующие понятия: «комплекс продвижения», «реклама», «личная продажа», «стимулирование сбыта», «пропаганда», «прямой маркетинг». Найдите соответствующие этим понятиям определения, среди приведенных ниже:

- a. Единовременные побудительные меры, поощряющие приобретение тех или иных товаров и услуг;
- b. Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, которую заказывает и финансирует известный спонсор.
- c. Специфическое сочетание рекламы, личной продажи, мероприятий по продвижению товара и пропаганды, используемых компанией для достижения рекламных и маркетинговых целей;
- d. Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами;
- e. Налаживание отношений между компанией и различными контактными

аудиториями посредством создания выгодной для компании репутации, положительного "корпоративного имиджа", с одной стороны, и устранением или предупреждением нежелательных слухов, сплетен и действий — с другой;

- f. Система сбыта товаров посредством различных средств рекламы, которая предполагает непосредственный контакт с потребителем и направлена обычно на получение от него немедленной прямой реакции.

В6. Восстановите логическую последовательность процесса принятия рекламных решений:

- Решения о средствах распространения информации: - основные виды средств распространения рекламы; - конкретные носители рекламы; - распространение рекламы во времени.
- Оценка рекламной компании: - влияние на информированность; влияние на сбыт.
- Разработка бюджета: - рациональный подход; - процент от продаж; - конкурентный паритет; - цели и задачи.
- Постановка целей: - информационные цели; - цели сбыта.

В7. Из предложенных ниже определений выберите соответствующие определения для выражения понятий: «процесс управления маркетингом», «долгосрочный план», «стратегический план», «годовой план»:

«_____» - представляет собой краткосрочный план, описывающий текущую ситуацию, цели компании, стратегию на предстоящий год, программу действий, бюджет и формы контроля;

«_____» - описывает основные факторы и силы, которые будут влиять на организацию на протяжении последующих нескольких лет. Он содержит цели, основные маркетинговые стратегии, которые будут использованы для их достижения, и определяет необходимые ресурсы. Такой план ежегодно обновляется с целью внесения корректив в соответствии с произошедшими изменениями;

«_____» - создается для того, чтобы помочь компании использовать в своих интересах возможности в постоянно изменяющейся среде. Это процесс установления и сохранения соответствия между целями и возможностями компании, с одной стороны, и изменяющимися возможностями рынка - с другой

«_____» - это процесс анализа рыночных возможностей; отбора целевых рынков; разработки маркетингового комплекса и претворения в жизнь маркетинговых мероприятий.

В8. Матрица рост/доля рынка или «Матрица BCG» - метод стратегического планирования портфеля, который оценивает стратегические элементы бизнеса (СЭБ) компании с точки зрения темпов

роста их рынка и относительной доли этих элементов на рынке. СЭБ делят на "звезд", "дойных коров", "темных лошадок" и "собак". Выберите из следующего списка определения наиболее точно отражающие категории СЭБ:

«_____» - это быстрорастущие направления деятельности или товары с большой долей рынка, которые зачастую требуют серьезного инвестирования для поддержания их быстрого роста;

«_____» - направления деятельности или товары с низкими темпами роста и большой долей рынка; устойчивые и преуспевающие СЭБ, приносящие доход, который компания использует для оплаты своих счетов и для поддержки других элементов бизнеса, требующих инвестирования;

«_____» - элементы бизнеса, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков и требующие большого объема средств для сохранения своей доли рынка или для превращения в «звезды»;

«_____» - направления деятельности и товары с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка, которые могут приносить достаточный доход для поддержания самих себя, но не обещают стать более серьезными источниками дохода.

Длительность тестирования – 45 минут

Шкала оценивания

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла.

Задание 2. Практическое задание

Задание 1: Ниже представлены факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Выстройте их в порядке важности (начиная с наиболее значимого) и охарактеризуйте их влияние на конкурентоспособность. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг: – снижение себестоимости; – дифференциация товаров; – сегментация рынка; – внедрение инноваций; – отслеживание потребителей.

Задание 2: Заполните нижеприведенную таблицу, дав характеристику наиболее распространенным видам конкуренции.

Категория	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество и					

характеристика продавцов					
Характер продукции					
Контроль за ценами					
Условия выхода на рынок					
Доступность рыночной информации					
Метод сбыта продукции					

Задание 3. Маркетинговая ситуация

Телекоммуникационная компания «Мастертел», оказывающая услуги проводной связи, формирует стратегию продвижения на ближайшие три года. В течение восьми лет компания работала на корпоративном рынке Москвы и Московской области. Два года назад она вышла на рынок Санкт-Петербурга и Дагестана. Компания оказывает такие услуги корпоративным клиентам, как:

- местная телефония;
- подбор «красивых», легко запоминающихся телефонных номеров;
- междугородняя и международная телефония (как агент);
- услуги доступа в сеть Интернет;
- предоставление в аренду каналов связи;
- организация и обслуживание корпоративных сетей;
- IT-аутсорсинг;
- поставка телекоммуникационного и компьютерного оборудования;
- строительство и предоставление в аренду сооружений связи (оптических кабелей). Компания зарекомендовала себя как надежный поставщик услуг, способный решать

сложные комплексные задачи: полное обеспечение услугами связи и строительство инфраструктуры связи для торговых и бизнес-центров, гостиниц, крупных и средних предприятий. Заказчиками компании являются предприятия из различных отраслей, от малых (3-5 сотрудников) до международных гигантов. На рынке B2C компания не работает. Доля компании на корпоративном рынке Москвы — 3-5 %, а на рынке Санкт-Петербурга и Дагестана — незначительна. В 2009 г., несмотря на общий экономический спад в мире, стране и отрасли, компания предпринимала антикризисные меры, направленные не на сокращение издержек, а на расширение зоны охвата. В результате отток абонентов и некоторое снижение цен на услуги компенсировались новыми подключениями, что позволило

компания показать рост 25 % по сравнению с 2008 г. В результате данной стратегии компания в 2009 г. подключила более 50 новых бизнес-центров в дополнение к уже подключенным 300. Оборот компании в 2009 г. составил около 1 млрд руб. Из них около 70 % приходится на доходы от услуг связи и около 30 % — на доходы от строительства и предоставления в аренду сооружений связи (www.mastertel.ru).

Стратегические цели компании. Целью на пять лет является увеличение доли рынка в Москве и Подмосковье до 10 %, а в остальных регионах — в три раза, рост доходов до 3 млрд руб. Среднесрочная цель компании до конца 2011 г. — увеличение общих доходов до 1,7 млрд руб., внедрение новых услуг и пакетов услуг.

Маркетинговая проблема. Необходимость разработки стратегии позиционирования и продвижения компании и ее продукции при выходе на новые региональные рынки. Разработка адекватной стратегическим целям коммуникационной политики для упрочения имиджа и репутации компании на B2B-рынке как продвинутого, нестандартного оператора связи, решающего задачи клиентов в комплексе.

Схема и результаты предварительного анализа

1. Позиционирование компании. На рынке B2B компания позиционируется как поставщик услуг, работающий в среднем ценовом диапазоне с высоким уровнем качества обслуживания, предлагающий полный спектр услуг связи и сопутствующих задач «под ключ» и способный решать нестандартные задачи. При этом компания представляется клиентам как гибкая и мобильная, способная подстроиться под каждого клиента и решать задачи в сжатые сроки.

2. Основной рынок сбыта — бизнес-центры, как места сосредоточения клиентов. В результате снижения спроса на площади многие бизнес-центры оказались не полностью заселены. Кроме того, все реже провайдер является монополистом в бизнес-центре (так называемые эксклюзивы). В результате важной задачей для провайдера стало не только «попасть» в бизнес-центр, заключив соглашение с его собственником, но и обеспечить себе конкурентное преимущество на мини-рынке внутри бизнес-центра, среди его арендаторов. При этом появилось больше шансов «попасть» в бизнес-центр, заручившись поддержкой крупных арендаторов, поскольку для собственников бизнес-центров арендаторы стали гораздо более важны, чем ранее, когда существовал дефицит площадей.

3. Ситуация на рынке. За последние два года рынок корпоративных услуг связи претерпел некоторые изменения. На рынке существует несколько проектов, предоставляющих недорогие услуги беспроводной связи: Yota, SkyLink и др. Эти компании впервые (в последние два года) стали составлять конкуренцию традиционным операторам связи за счет резкого увеличения зоны покрытия и улучшения качества услуг. Одной из задач является разработка стратегии, позволяющей не уступать рынок беспроводным компаниям.

4. Конкуренция на рынке — высокая. За последние пять лет в результате активного поглощения небольших предприятий крупными компаниями («Комстар», «Голден Телеком») количество серьезных игроков несколько сократилось. Кроме крупнейших игроков, существует до 10 компаний, которые занимают сколько-нибудь существенное положение (доля от 1 %), остальные 50-100 компаний являются небольшими и оказывают услуги локально на ограниченных территориях. Одной из задач компании является обеспечение конкурентоспособности, не допуская ценовых войн. Рост рынка корпоративных услуг связи России несколько замедлился, однако, когда кризисный шок миновал, можно ожидать продолжения его бурного роста вместе с общим ростом экономики.

5. Ресурсы компании. Компания обладает одной из крупнейших оптических сетей в Москве и Московской области, которая позволяет при относительно небольших затратах подключать клиентов в любой точке Москвы и многих городах Подмосковья. По сравнению с большинством конкурентов (исключая «Комстар» и «Голден Телеком»), компания имеет преимущество в покрытии и емкости сети. В Санкт Петербурге сеть меньше и охватывает пока не все районы города. В распоряжении компании находится собственная строительная структура, способная быстро и качественно устанавливать кабели связи. По сравнению со многими конкурентами, компания имеет преимущества в скорости строительства кабелей и себестоимости. Компания имеет ресурс нумерации, позволяющей предоставлять клиентам на выбор телефонные номера, в том числе «красивые». Другие технологические и организационные ресурсы компании находятся на уровне средних конкурентов.

Практическое задание

Разработайте маркетинговую стратегию продвижения компании на три года (до конца 2013 г.). В приведенной стратегии должны быть даны ответы на вопросы и предложены пути решения следующих задач.

Задача 1. Сегментирование рынка

Определить основные целевые сегменты регионального рынка, описав незанятые рыночные ниши.

Рекомендуемая последовательность действий для решения задачи:

- разделите рынок на макросегменты, в которых могут быть потенциальные покупатели;
- по критериям сегментирования определите микросегменты и их потребительские профили;
- оцените привлекательность каждого микросегмента с учетом деловой активности и размера;
- определите незанятые рыночные ниши;
- выберите целевые группы потребителей и посредников;
- проведите позиционирование компании в целевых сегментах.

Задача 2. Разработка товарной политики в целях продвижения

1. Определить новые продукты или пакеты услуг, которые могут быть востребованы на рынке.

2. Сформулировать и обосновать уникальное торговое предложение компании в рамках продвижения.

Рекомендуемая последовательность действий для решения задачи:

- сформулируйте идеальную мультиатрибутивную модель продукта для различных целевых групп потребителей;

- какие выгоды продукта важны для потребителей различных целевых сегментов. Выделите главное ожидание потребителей;

- оцените привлекательность и конкурентоспособность продукта компании по отношению к продуктам-заменителям (субститутам) и продуктам конкурентов;

- оцените, какие продукты из ассортимента могут играть роль лидеров.

Задача 3. Разработка программы продвижения

1. Разработать и обосновать стратегию продвижения услуг в выявленных сегментах и нишах. Определить оптимальные (для реализации предлагаемой стратегии) маркетинговые коммуникации и обосновать их.

2. Разработать программу продвижения для каждого предложенного продукта или услуги компании (основные инструменты, план мероприятий по месяцам). Рекомендуемая последовательность действий для решения задачи:

- разработайте репутационную политику и программу мероприятий по формированию имиджа;

- определите виды коммуникаций для каждого целевого сегмента потребителей;

- выберите оптимальные рекламные каналы для деловой рекламы в каждом сегменте;

- определите перечень представительских рекламных материалов для личных продаж;

- выявите оптимальные методы стимулирования сбыта и продаж;

- выявите оптимальные методы прямого маркетинга;

- разработайте PR-мероприятия для формирования положительного имиджа компании;

- предложите план мероприятий программы продвижения по каждому из инструментов (PR, реклама, стимулирование сбыта, прямой маркетинг);

- составьте примерный бюджет расходов на все коммуникационные мероприятия.

Длительность выполнения задания – 40 мин.

Задание 3. Кейс-задача

Ситуация. При прочих равных условиях восемь строительные фирмы вышли на Дагестанский рынок строительных услуг с целью получения инвестиционной поддержки со стороны физических и юридических лиц.

Пройден первый тур - представление бизнес- планов фирм инвесторам.
По результатам 1 тура решение принято не было.

Выявлено две лидирующие компании. Но возможности для инвестирования есть только для одной фирмы.

Инвесторы поставили задачу- проведение рекламной кампании с целью выявления лидера.

Задание:

- определить виды коммуникаций для каждого целевых сегментов посредников и конечных потребителей;
- разработать мероприятия "паблик рилейшнз" для формирования положительного имиджа предприятия;
- выбрать рекламные каналы для деловой рекламы;
- определить перечень представительских рекламных материалов, используемых при продажах;
- составить план мероприятий рекламной кампании.

Длительность выполнения задания – 20 мин.

Задание 4. Деловая игра

«Выявление и развитие потребностей»

Деловая игра: 3 команды; время (ч: мин):

- подготовка 0:10,
- встреча с "Клиентом" 0:20,
- разбор 0:15
- итого - 0:45

Описание:

Команда 1:

- Генеральный директор компании "Половник.ru"
- Коммерческий директор компании "Половник.ru"

Генеральный директор – отвечает на вопросы сотрудников компании "Austeria"

Коммерческий директор – фиксирует вопросы, которые продвигают команды 2 и 3 к цели

Команды 2 и 3:

сотрудники компании "Austeria" (2-3 чел. в команде)

Задание командам 2 и 3:

- сформировать у клиента (команда #1) потребность (какую – решают сами участники команд);
- сделать предложение, удовлетворяющее данную потребность.

Команды 2 и 3 проводят встречу с "Клиентом" одновременно, а вопросы "Клиенту" задают по очереди

Выигрывает команда, которой Клиент скажет «Хочу!»

Компания «Половник.ru»

Вы – топ-менеджеры компании «Половник.ru» - Генеральный директор и Коммерческий директор.

Ваша компания занимается поставками на Российский рынок продукции для кухни и бара, такой как:

Наплитная посуда, кухонный инвентарь и предметы сервировки: кастрюли с сэндвич-дном, антипригарные сковороды разных размеров, половники, сотейники, шумовки, поварские и соусные ложки, венчики, ножи для пиццы, кулинарные вилки, дуршлаг. Посуда для барменов, ведерки для шампанского и вина, мармиты для первых блюд и порционные ложечки для мороженого.

Компания работает на рынке третий год. Объемы продаж и прибыль стабильно увеличиваются. Офис и склад компании находятся в Люберцах. Договор аренды помещений скоро заканчивается, и вы планируете его продлить, т.к. вполне довольны расположением, существующей инфраструктурой, характеристиками помещений и стоимостью аренды. Склад, пожалуй, неплохо было бы иметь и побольше, но пока места хватает.

Вы полностью довольны организацией бизнес-процессов и результатами работы компании. Буквально вчера вы, наконец, заключили контракт с двумя новыми крупными клиентами – это сети «Перекресток» и «Пятерочка». По вашим предварительным оценкам, работа с этими клиентами приведет к увеличению оборота, как минимум, в 2 раза.

Сегодня с вами договорились о встрече представители компании «Austeria»

Ваше задание:

Вжиться в роль топ-менеджеров компании «Половник.ru»

Провести встречу с сотрудниками «Austeria»

Кратко отвечать на вопросы представителей компании «Austeria»

Постараться реагировать на предложения сотрудников «Austeria» так, как реагировали бы на них реальные топ-менеджеры компании «Половник.ru»

Вы можете придумывать любые подробности о компании «Половник.ru», которые не противоречат условиям задания

Вас может заинтересовать предложение от «Austeria» в случае выполнения следующих условий:

- сотрудникам «Austeria» удалось нащупать реальные или потенциальные проблемы, связанные с вашим бизнесом;

- сотрудникам «Austeria» удалось показать вам, что проблемы, которые вы считали незначительными, на самом деле могут существенно снизить успешность вашего бизнеса;

- сотрудникам «Austeria» удалось продемонстрировать вам, что предлагаемое решение действительно устраняет проблемы, которые вы теперь, после состоявшегося разговора, считаете достаточно серьезными.

Если все 3 условия будут выполнены, вам нужно сообщить сотрудникам «Austeria», что их предложение вас заинтересовало.

Компания «Austeria»

Вы – сотрудники компании «Austeria».

Вы договорились о встрече с Топ-менеджерами компании «Половник.ru», которая занимается поставками на Российский рынок продукции для кухни и бара.

Ваше задание:

Провести диагностику потенциального клиента (компания «Половник.ru»)

Выявить и развить потребности потенциального клиента

Опираясь на выявленные потребности, сформулировать предложение, которое заинтересует клиента.

Длительность деловой игры – 45 мин.

Задание 5. Мозговой штурм

№1 Перечислите известные вам средства стимулирования сбыта продукции. Представьте, что вы производитель безалкогольного напитка типа «Кола». Сделайте обоснование, какому или каким инструментам из набора «Маркетинг-МІХ» вы отдадите предпочтение и почему.

№2 Предположим, вам поручили разработать план рекламной компании пищевого растительного масла. Напишите список этапов или видов работ, которые вам предстоит выполнить, соблюдая принцип последовательности.

Тема 9. Безопасность в туризме

Задание 1. Перечень устных вопросов по теме:

1. Назовите основные факторы воздействия окружающей среды на контингент туристов?
2. В чем заключается особенность учета национального менталитета для обеспечения безопасности туристов?
3. Назовите негативные факторы воздействия туризма на окружающую среду?
4. Какие меры предпринимают туристические органы для обеспечения

- личной безопасности и безопасность имущества туристов?
5. Какие меры воздействия могут применяться в случае нарушения туристами установленных правил?

Задание 2. Тесты по теме

Длительность тестирования- __50__ минут

Тестовые задания типа А

Выбрать правильный вариант ответа

А1. Состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, называется:

- 1) страхование
- 2) безопасность
- 3) контроль

А2. Совокупность потребностей, удовлетворение которых, надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества, государства, называются:

- 1) жизненно важными интересами
- 2) страховыми формальностями
- 3) медицинскими формальностями
- 4) индекс человеческого развития

А3. Безопасность туристской поездки включает в себя (укажите лишнее):

- 1) личную безопасность туристов
- 2) сохранность их имущества
- 3) не нанесение ущерба природной среде во время путешествия
- 4) загрязнение окружающей среды

А4. Вредные факторы, которые могут воздействовать на туриста (укажите лишнее):

- 1) опасность получения травм
- 2) влияние окружающей среды
- 3) прохождение опасных участков
- 4) пожары

А5. Физико-географические процессы, которые могут повлиять на безопасность туриста (укажите лишнее)

- 1) камнепады, сели, оползни, лавины
- 2) смерчи, тайфуны, грозы
- 3) цунами, землетрясения

4) процессы горообразования

А6. Опасность получения травм при нарушении техники безопасности туристами можно снизить, если (укажите лишнее):

- 1) пользоваться защитными приборами и ограждениями
- 2) использовать средства индивидуальной защиты
- 3) не наносить вред природе во время путешествия
- 4) предупредительной информацией туристов про опасные факторы

А7. Опасность факторов окружающей среды можно снизить (укажите лишнее):

- 1) выбором благоприятной поры для путешествия
- 2) учетом погодных условий в районе отдыха
- 3) сооружений защитных объектов от непогоды
- 4) застраховавшись в страховой компании

А8. Опасными излучениями для туристов являются:

- 1) повышенный уровень ультрафиолетового излучения
- 2) повышенный уровень радиологического излучения
- 3) количество солнечных дней в году

А9. К химическим факторам, которые могут повлиять на безопасность туристов, относятся (укажите лишнее):

- 1) радиоактивные
- 2) токсические
- 3) раздражающие
- 4) сенсibiliзирующие

А10. Для предотвращения действия химических факторов риска в обслуживании туристов необходимо (укажите лишнее):

- 1) проводить регулярный контроль содержания вредных химических веществ в воздухе, воде, почве, продуктах питания и других биологических средах
- 2) осуществлять строительство и размещение объектов для обслуживания туристов в благоприятной, с точки зрения действия химических факторов риска, среде;

- 3) применять препараты для дезинфекции в строгом соответствии с инструкцией по использованию, исключая возможность контактов туристов с этими средствами
- 4) носить с собой необходимые средства защиты

A11. Специфические факторы риска в туризме обусловлены (укажите лишнее):

- 1) возможностью возникновения природных и техногенных катастроф в зоне размещения туристского предприятия или маршрута
- 2) техническим состоянием используемых объектов (туристских гостиниц, баз, кемпингов, канатных дорог и подъемников, туристских трасс, в том числе, горно-пешеходных, лыжных, горнолыжных, водных средств)
- 3) количеством солнечных дней
- 4) сложным рельефом местности (речными порогами, горными склонами, моренными, скальными, ледовыми участками туристских трасс и т. п.)

A12. Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется:

- 1) во время отдыха
- 2) до начала отдыха
- 3) не предоставляется

A13. Во время пребывания в другой стране туристы должны соблюдать некоторые ограничительные меры (укажите лишнее):

- 1) проживание в гостиницах, обеспеченных централизованным водоснабжением и канализацией
- 2) питание только в ресторанах, кафе, где используются гарантированные продукты питания промышленного производства
- 3) разрешается установка палаток в селевых местах
- 4) запрещается проведение экскурсий и посещение мест, не обозначенных официальной программой и купание в неразрешенных для этой цели бассейнах

A14. Странами-лидерами по риску посещения являются:

- 1) Индия, Египет, Марокко
- 2) Гамбия, Тунис, Кения
- 3) Турция, Китай, Индонезия
- 4) Таиланд, Россия, Украина

А15. За подготовленность персонала к действиям в чрезвычайных ситуациях (стихийные бедствия, захват заложников и т.д.) ответственность несет:

- 1) сам турист
- 2) руководитель туристского предприятия
- 3) гид
- 4) менеджер компании

А16. Контроль безопасности обслуживания туристов осуществляется на основе использования следующих методов (укажите лишнее):

- 1) визуального, (путем осмотра соответствующих объектов: территории, по которой проходит трасса туристского похода, туристского снаряжения и инвентаря и т. д.)
- 2) с использованием средств измерения (контроля качества воды, воздуха и т. д., технического состояния трассы, подъемных механизмов, транспортных средств и т. д.)
- 3) социологических исследований (путем опроса самих туристов и обслуживающего персонала)
- 4) картографического метода

А17. Проверка готовности туристского предприятия и трассы к эксплуатации, а также текущие проверки, называются:

- 1) страхование
- 2) порядок
- 3) формальность
- 4) контроль

А18. Контроль за выполнением требований безопасности туристов обеспечивают:

- 1) органы государственного управления
- 2) посольство
- 3) туристические компании
- 4) административные органы

А19. Требования к безопасности обслуживания для конкретных видов туристских услуг устанавливаются нормативной документацией на соответствующие виды услуг (укажите лишнее):

- 1) страховыми полисами
- 2) государственными стандартами
- 3) уставами
- 4) кодексами

A20. Планы действий персонала в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и других), должны быть разработаны:

- 1) органами государственного управления
- 2) туристическими фирмами
- 3) страховыми компаниями

Тестовые задания типа В

В1. Что предпринимает Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма в случае возникновения опасности для туристов:

- 1) информирует туроператоров, турагентов и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
- 2) организует эвакуацию туристов на родину;
- 3) высылает в опасные районы отряды МЧС;
- 4) мобилизует работников медицинской службы на оказание помощи;
- 5) осуществляет помощь по линии дипломатических отношений;
- 6) привлекает к оказанию помощи военнослужащих ВР РФ.

В2. Обязательными условиями договора являются все перечисленные ниже пункты, кроме одного. Какого ?

- 1) Наименование сторон;
- 2) Предмет договора;
- 3) Цена договора;
- 4) Срок исполнения договора;
- 5) Место исполнения договора;
- 6) Гарантийный срок или срок годности.

В3. Какие из перечисленных факторов влияют на конкуренцию:

- 1) Модель и форма рынка;
- 2) Стадии жизненного цикла и конкурентоспособность товара;
- 3) Мотивационный подход к конкуренции и реклама;
- 4) Рефлексивное взаимодействие участников конкуренции;

5) Инновационная деятельность и степень вмешательства государства в экономические процессы.

6) Все вышеперечисленные факторы.

В4. Какой общий критерий квалифицирует положение хозяйственного субъекта как доминирующее:

- 1) Доли товара производителя на рынке составляют более 50 %;
- 2) Доля товара производителя на рынке составляет от 35% до 65%;
- 3) Доля товара производителя на товарном рынке составляет до 50 %;
- 4) Доля товара производителя на рынке превышает 90%;
- 5) Доля товара производителя на рынке превышает 80%;
- 6) Доля товара производителя на рынке превышает 70%.

В5. Властные отношения по установлению, введению и взиманию налогов и сборов в РФ, а также отношения, возникающие в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействий) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения регулирует законодательство:

- 1) Об уголовных преступлениях;
- 2) О налогах и сборах;
- 3) О полиции;
- 4) О судебном производстве;
- 5) О земельных правоотношениях;
- 6) О финансовом праве.

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла..

Тема 10. Международное сотрудничество в туризме

Задание 1. Перечень устных вопросов по теме:

1. Охарактеризуйте различия в развитии туристского рынка по регионам мира?
2. Почему туризм занимает важное место в межотраслевом балансе

- развитых стран?
3. Назовите главные тенденции развития мирового туризма?
 4. Организация международных контактов в области унификации законодательных актов?
 5. Назовите основные факторы, способствующие развитию мирового туризма?

Задание 2. Тесты по теме

Длительность тестирования-__50__ минут

Тестовые задания типа А

Выбрать правильный вариант ответа

А1. Договор двух стран между собой о долговременных действиях относительно развития взаимных туристских связей, называется:

- 1) международное сотрудничество
- 2) двустороннее сотрудничество
- 3) одностороннее сотрудничество

А2. Международное сотрудничество в области туризма развивается в следующих формах (укажите лишнее):

- 1) сотрудничество на двусторонней основе
- 2) сотрудничество на многосторонней основе
- 3) сотрудничество на односторонней основе

А3. Основными целями международного сотрудничества являются (укажите лишнее):

- 1) использование туристских связей для укрепления взаимопонимания и доверия между странами
- 2) использование туристских связей для решения конфликтных ситуаций между странами
- 3) использование туризма для развития взаимовыгодных экономических, торговых отношений
- 4) расширение связей и контактов по линии научно-технических и культурных организаций и отдельных личностей

А4. Фактором экономики, способствующий улучшению взаимопонимания между государствами и народами, для укрепления мира и дружбы, стимулирования развития внешнеэкономических, торговых и культурных отношений, является:

- 1) международный туризм
- 2) мировое хозяйство
- 3) природно-ресурсный потенциал

А5. Координация совместных действий по развитию международного туризма между несколькими странами, называется:

- 1) многостороннее сотрудничество
- 2) международное сотрудничество
- 3) двустороннее сотрудничество
- 4) одностороннее сотрудничество

А6. Важную роль в международном сотрудничестве в области туризма играет:

- 1) ЮНЕСКО
- 2) ЮНВТО
- 3) ООН
- 4) ЕС

А7. Всемирный день туриста отмечают:

- 1) 1 января
- 2) 27 сентября
- 3) 5 октября
- 4) 27 июня

А8. Наиболее представительной, авторитетной и активно действующей организацией является:

- 1) Всемирная туристская организация (ВТО)
- 2) ЮНЕСКО
- 3) «Green Peace»

А9. Главным органом ВТО является:

- 1) Генеральная ассамблея
- 2) Исполнительный совет
- 3) Секретариат

А10. Необходимые меры для обеспечения реализации всех решений и рекомендаций, представление отчетов осуществляет:

- 1) Генеральная ассамблея
- 2) Исполнительный совет
- 3) Секретариат

А11. Подготавливает отчеты и планы работы ВТО, а также прогноз бюджета:

- 1) Генеральная ассамблея
- 2) Исполнительный совет
- 3) Секретариат

A12. Персонал Секретариата ВТО назначается:

- 1) генеральным секретарем ВТО
- 2) генеральным секретарем ООН
- 3) президентом страны

A13. Страны которые входят в состав ВТО называются:

- 1) страны-компаньоны
- 2) страны-члены
- 3) группировки стран

A14. Основная деятельность ВТО сосредоточена на следующих направлениях (указать лишнее):

- 1) укрепление сотрудничества стран в целях развития туризма
- 2) организация профессиональной подготовки в сфере туризма, создание базовых учебных структур
- 3) содействие по обеспечению устойчивого развития туризма и решению экологических проблем
- 4) создание устойчивого рынка труда

A15. Национальные ассоциации туристских агентств разных стран входят в состав:

- 1) всемирной федерации ассоциаций туристских агентств (FUAHV)
- 2) международной федерации туроператоров (IFTO)
- 3) всемирной ассоциации туристских агентств (WATA)
- 4) международной гостиничной ассоциации (IHA)

A16. Ассоциации туроператоров и отдельные туроператорские фирмы разных стран входят в состав:

1. всемирной федерации ассоциаций туристских агентств (FUAHV)
2. международной федерации туроператоров (IFTO)
3. всемирной ассоциации туристских агентств (WATA)
4. международной гостиничной ассоциации (IHA)

A17. Туристские агентства разных стран по установленной норме представительства, входят в состав:

- 1) всемирной федерации ассоциаций туристских агентств (FUAHV)
- 2) международной федерации туроператоров (IFTO)
- 3) всемирной ассоциации туристских агентств (WATA)
- 4) международной гостиничной ассоциации (IHA)

A18. Предпринимателей гостиничного бизнеса разных стран в целях развития их сотрудничества в вопросах повышения качества услуг, внедрения современных технологий и стандартов обслуживания, повышения профессионализма гостиничного персонала, объединяет:

- 1) всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (FUAAV)
- 2) международная федерация туроператоров (IFTO)
- 3) всемирная ассоциация туристских агентств (WATA)
- 4) международная гостиничная ассоциация (IHA)

A19. Авиатранспортные предприятия (авиакомпании, аэропорты и др.), обслуживающие основные международные и внутренние линии, объединяет:

- 1) международная ассоциация воздушного транспорта (IATA)
- 2) международная ассоциация конгрессного бизнеса (ICCA)
- 3) международное бюро по социальному туризму (BITS)
- 4) международное бюро молодежного туризма (BYTES)

A20. Туристские фирмы и предприятия разных стран, занимающиеся организацией обслуживания участников международных и национальных конгрессов, конференций, симпозиумов, объединяет:

- 1) международная ассоциация воздушного транспорта (IATA)
- 2) международная ассоциация конгрессного бизнеса (ICCA)
- 3) международное бюро по социальному туризму (BITS)
- 4) международное бюро молодежного туризма (BYTES)

Тестовые задания типа В

B1. Туристские организации профсоюзных объединений разных стран с целью расширения их сотрудничества в развитии социального туризма, объединяет:

- 1) международная ассоциация воздушного транспорта (IATA)
- 2) международная ассоциация конгрессного бизнеса (ICCA)
- 3) международное бюро по социальному туризму (BITS)
- 4) международное бюро молодежного туризма (BYTES)

B2. Туристские фирмы и организации разных стран, занимающиеся молодежным туризмом, с целью установления более тесного сотрудничества, объединяет:

- 1) международная ассоциация воздушного транспорта (IATA)
- 2) международная ассоциация конгрессного бизнеса (ICCA)
- 3) международное бюро по социальному туризму (BITS)
- 4) международное бюро молодежного туризма (BYTES)

В3. Крупной и авторитетной региональной туристской организацией «Нового света» является:

- 1) Американское общество туристских агентств (ASTA)
- 2) Европейская туристская комиссия (ETC)
- 3) Ассоциация туристских агентств стран Тихоокеанского региона (ПАТА)
- 4) Конфедерация туристских организаций стран Латинской Америки (COTAL)

В4. Крупной и авторитетной региональной туристской организацией «Старого света» является:

- 1) Американское общество туристских агентств (ASTA)
- 2) Европейская туристская комиссия (ETC)
- 3) Ассоциация туристских агентств стран Тихоокеанского региона (ПАТА)
- 4) Конфедерация туристских организаций стран Латинской Америки (COTAL)

В5. Крупной и авторитетной региональной туристской организацией в азиатском регионе является:

- 1) Американское общество туристских агентств (ASTA)
- 2) Европейская туристская комиссия (ETC)
- 3) Ассоциация туристских агентств стран Тихоокеанского региона (ПАТА)
- 4) Конфедерация туристских организаций стран Латинской Америки (COTAL)

За каждый правильный ответ:

- за тестовые задания типа А – 1 балл;
- за тестовые задания типа В – 3 балла..

3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся

Перечень вопросов к экзамену:

1. Предпринимательство как особый вид деятельности
2. Признаки предпринимательства
3. Модель бизнеса (тип предпринимателя, функциональная парадигма бизнеса, предпринимательская среда).
4. Виды бизнеса и критерии их выделения
5. Современная сетевая экономика и место в ней крупного, среднего и малого бизнеса
6. Система и формы государственной поддержки предпринимательства
7. Статус предпринимателя
8. Физические и юридические лица как субъекты бизнеса
9. Основные организационно-правовые формы фирм, тенденции их развития
10. Способы создания малого бизнеса

11. Значение местоположения предприятия
12. Значение и задачи бизнес – плана
13. Структура и содержание бизнес – плана
14. Понятие и виды договоров в предпринимательской деятельности.
15. Порядок заключения гражданско-правовых договоров.
16. Способы исполнения обязательств по договорам в предпринимательской деятельности.
17. Сущность маркетинговой деятельности предприятия.
18. Разработка комплекса маркетинга.
19. Планирование и организация маркетинговой деятельности предприятия.
20. Контроль маркетинговой деятельности предприятия.
21. Сущность и функции предпринимательского риска
22. Классификация рисков
23. Управление рисками
24. Вертикальные и горизонтальные связи в инфраструктуре бизнеса
25. Система бизнеса
26. Понятие, значение, виды и функции ответственности в предпринимательских отношениях.
27. Санкции в предпринимательских отношениях.
28. Основания ответственности.
29. Понятие имиджа и его составляющие
30. Внутренний имидж фирмы
31. Внешний имидж фирмы
32. Международное регулирование туристической деятельностью
33. Двустороннее сотрудничество
34. Многостороннее сотрудничества
35. Основные международные туристские организации
36. Факторы влияющие на туриста во время отдыха
37. Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране
38. Страны риска для посещения
39. Организация безопасности туристов на турфирме
40. Контроль за выполнением требований безопасности
42. Планирование и организация маркетинговой деятельности предприятия.
43. Контроль маркетинговой деятельности предприятия.
44. Предприятия туристического бизнеса
45. Система государственного регулирования
46. Государственная политика Российской Федерации в сфере туризма
47. Методы государственного регулирования туризма

IV.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Процедура оценивания – порядок действий при подготовке и проведении аттестационных испытаний и формировании оценки.

Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о промежуточной (рубежной) аттестации знаний студентов и учащихся ДГУНХ.

- Аттестационные испытания проводятся преподавателем (или комиссией преподавателей – в случае модульной дисциплины), ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические и лабораторные занятия (кроме устного экзамена). Присутствие посторонних лиц входе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре (структурному подразделению).

- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

- Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой, непрограммируемыми калькуляторами.

- Время подготовки ответа при сдаче зачета/экзамена в устной форме должно составлять не менее 40 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.

- При подготовке к устному экзамену экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору.

- При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке.

- Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях.

- Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных

испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

- Результаты выполнения аттестационных испытаний, проводимых в письменной форме, форме итоговой контрольной работы или компьютерного тестирования, должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Порядок подготовки и проведения промежуточной аттестации в форме зачета/экзамена

действие	сроки	методика	ответственный
----------	-------	----------	---------------

выдача вопросов для промежуточно й аттестации	1 неделя семестра	на лекционных /практических и др. занятиях, на офиц. сайте вуза и др.	ведущий преподаватель
консультации	последняя неделя семестра/период сессии	на групповой консультации	ведущий преподаватель
промежуточная аттестация	в период сессии	устно, письменно, тестирование бланочное или компьютерное, по билетам, с практическими заданиями	ведущий преподаватель, комиссия
формирование оценки	на аттестации		ведущий преподаватель, комиссия