

**Департамент образования Вологодской области
бюджетное профессиональное образовательное учреждение Вологодской области
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕН

на заседании предметно-цикловой комиссии
общепрофессиональных, специальных
дисциплин и дипломного проектирования по
специальностям 08.02.01 «Строительство и
эксплуатация зданий и сооружений»,
08.02.07 «Монтаж и эксплуатация
внутренних сантехнических устройств,
кондиционирования воздуха и вентиляции»,
43.02.08 «Сервис домашнего и
коммунального хозяйства», 09.02.04
«Информационные системы (по отраслям)»

Председатель ПЦК Богданова А.В.
Протокол № 12 от «06» июня 2018 г.
Протокол № 10 от «11» 06 20 19 г.
Протокол № 11 от «27» 05 20 20 г.

УТВЕРЖДЕНО

приказом директора БПОУ ВО
«Вологодский строительный колледж»
№ 320 – УД от 15 июня 2018 г.
№ 260 – УД от 11.06 2019 г.
№ 215 – УД от 15.06 2020 г.

**Комплект контрольно-оценочных средств по учебной дисциплине
ОП. 11. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Специальность 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

Разработчик:
Алексеева О.А.

Содержание

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ
3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
 - 3.1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ
 - 3.2. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
 - 3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ
 - 3.4. ТЕМЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
 - 3.5. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Комплект контрольно-оценочных средств (далее - КОС) по дисциплине ОП.11. Основы маркетинга и предпринимательства предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины.

КОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

КОС разработаны на основании положений:

основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО
Специальность **43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства (базовая подготовка)**

программы учебной дисциплины ОП.11. Основы маркетинга и предпринимательства
Используемые в КОС оценочные средства представлены в таблице 1.

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочное средство	
		Текущий контроль	Промежуточный контроль
Раздел 1. Основы маркетинга			
Тема 1 Общие понятия маркетинга	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос Задание для самостоятельной работы	
Тема 2. Управление маркетингом	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос Практические работы №: 1,2, 3, 4, 5. Контрольная работа по разделу Основы маркетинга	
Раздел 5. Основы предпринимательства			
Тема 3. Основные положения	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос	
Тема 4. Содержание и виды предпринимательской деятельности	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный и письменный опрос	

Тема 5. Нормативно - правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность в РФ	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Письменный опрос	
Тема 6. Порядок регистрации предпринимательской деятельности	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос	
Тема 7. Налогообложение предпринимательской деятельности	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный и письменный опрос	
Тема 8. Имущественные, финансово - кредитные ресурсы для малого предпринимательства	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос	
Тема 9. Управление персоналом	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос	
Тема 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана	ОК01- 07, ОК 9-11 ПК 1.1.-1.3. ПК 5.1.-5.3	Устный опрос. Задания для самостоятельной работы Проверочная работа Практические работы №: 6,7,8,9,10,11,12,13,14.	
Дифференцированный зачет			ДЗ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий

Требования ФГОС СПО к результатам освоения дисциплины:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Создавать условия для комфортного проживания в домашней среде

ПК 1.2.	Обеспечивать соблюдение правил санитарии и гигиены, эксплуатации имущества и оборудования собственников и нанимателей
ПК 1.3.	Обеспечивать экономный расход ресурсов жилищно-коммунальных услуг
ПК 5.1.	Планировать услуги и работы по содержанию, ремонту и благоустройству объектов жилищно-коммунального хозяйства
ПК 5.2.	Осуществлять расчеты с собственниками и пользователями помещений за услуги и работы по содержанию и ремонту объектов жилищно-коммунального хозяйства
ПК 5.3.	Осуществлять расчеты с подрядными и ресурсоснабжающими организациями
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках
ОК 11.	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

3.ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Предметом оценки освоения дисциплины являются общие компетенции, умения, знания, способность применять их в практической деятельности и повседневной жизни. Соотношение типов задания и критериев оценки представлено в таблице.

№	Тип (вид) задания	Критерии оценки
1	Тесты	Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений
2	Устные ответы	Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов
3	Письменная проверочная работа	Таблица 3. Критерии и нормы оценки письменной проверочной работы
4	Практические работы	Выполнение не менее 80% – положительная оценка
5	Проверка конспектов, рефератов, творческих работ, презентаций	Соответствие содержания работы, заявленной теме; правилам оформления работы

Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений (тестов)

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
89 ÷ 80	4	хорошо
79 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов

«5»	за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором обучающиеся легко ориентируются, за умение связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логическое изложение ответа.
«4»	если обучающийся полно освоил материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает ответ, но содержание, форма ответа имеют отдельные недостатки.
«3»	если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения.
«2»	если обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Промежуточная аттестация по результатам освоения обучающимися учебной дисциплины проводится в форме дифференцированного зачета.

Дифференцированный зачёт проводится в форме теста.

3.2 МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

3.3 ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема программы	Тема работы	Количество часов
Раздел Основы маркетинга		
Тема 2. Управление маркетингом		
	№ 1 Разработка товара и упаковки товара фирмы и представление его	2
	№ 2 Разработка жизненного цикла товара	2
	№ 3 Продвижение товара	2
	№ 4 Организация рекламной компании	2
	№ 5 Разработка имиджа компании	2
Раздел Основы предпринимательства		
Тема 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес- плана		
	№ 6 Разработка титульной страницы бизнес-плана, описания компании	2
	№ 7 Составление описания продукта или услуги. Маркетинговый анализ.	2
	№8 Анализ конкуренции.	2
	№ 9 Разработка стратегии продвижения товара.	2
	№ 10 Разработка план производства.	2
	№ 11 Разработка организационного плана.	2
	№ 12 Разработка плана по персоналу и организационной структуры	2
	№ 13 Разработка финансового плана и стратегии финансирования.	2
	№ 14 Анализ рисков проекта	2
	Итого	28

3.4. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ И ФОРМ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

№	Перечень тем самостоятельной работы	Форма задания	Кол-во часов
Тема 1. Общие понятия маркетинга			
Анализ маркетинговой среды фирмы			
	Подобрать материал по маркетинговой среде фирмы на примере хорошо известной компании	Творческое задание	2
Тема 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана			
Анализ конкуренции			
	Составить таблицу анализ конкурентов	Таблица	2
ВСЕГО			4

3.5. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы по дисциплине « ОП.11. Основы маркетинга и предпринимательства»

1. Общие понятия маркетинга. Маркетинг как система, его сущность и концепция.
2. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда фирмы.
3. Функции и субъекты маркетинга
4. Управление маркетингом Анализ рыночных возможностей (маркетинговая информация, исследования, инструменты маркетинга)
5. Отбор целевых рынков
6. Что влияет на потребителя при выборе товара
7. Стадии жизненного цикла товара
8. Методы распространения товара, товародвижение
9. Сбыт продукции.
10. Организация рекламной компании.
11. Виды рекламы.
12. Понятие, виды и основные признаки предпринимательства.
13. Понятия: малый и средний бизнес.
Отнесение предприятий к малому и среднему бизнесу.
14. Организационно - правовые формы предпринимательства.
15. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Ресурсы предпринимательской деятельности.
16. Сущность предпринимательской среды, ее влияние на развитие предпринимательства.
17. Характеристика внешней предпринимательской среды.
18. Характеристика внутренней предпринимательской среды.

19. Хозяйственные товарищества: их основные виды, характеристика, особенности.
20. Акционерные общества. Характеристика, особенности функционирования.
21. Поддержка малого предпринимательства в России.
22. Налогообложение малых предприятий. Системы налогообложения.
23. Управление персоналом в предпринимательской деятельности
24. Структура и содержание бизнес-плана.
25. Бизнес-план предприятия. Функции и цели бизнес-плана.
26. Нормы и источники предпринимательского права.
27. Сущность предпринимательского договора ,регулирующего партнерские связи между предприятиями, состав договора. Виды предпринимательских договоров.
28. Особенности льготного налогообложения предприятий малого и среднего бизнеса.
29. Функции предпринимательства и их характеристика
30. Бухгалтерский учет в предпринимательской деятельности

Тема 1 Общие понятия маркетинга

Устный опрос:

1. Маркетинг как система, его сущность и концепция. Функции и субъекты маркетинга.
2. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда фирмы. Факторы микро- и макросреды.
3. Анализ маркетинговой среды фирмы

Тема 2. Управление маркетингом

Устный опрос:

1. Анализ рыночных возможностей (маркетинговая информация, исследования, инструменты маркетинга)
2. Разработка товара фирмы
3. Изучение жизненного цикла товара
4. Методы распространения товара, товародвижение, сбыт. Продвижение товара.
Организация рекламной компании
5. Имидж компании

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО РАЗДЕЛУ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

ТЕСТ ПО РАЗДЕЛУ

1. Конечной целью маркетинга является:

- а) максимизация прибыли;
- б) производство товаров новинок;
- в) стимулирование продаж.

2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:

- а) совершенно идентичны;
- б) тесно взаимосвязаны;
- в) совершенно не связаны.

3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это

- а) торговля;
- б) менеджмент;
- в) маркетинг.

4. Все, что может удовлетворить нужду:

- а) потребность;
- б) товар;

в) запрос.

5. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это

а) менеджер;

б) торговый агент;

в) управляющий по маркетингу.

6. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:

а) комплекс маркетинга;

б) выборка;

в) маркетинговая информация.

7. Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это

а) методы стимулирования;

б) реклама;

в) пропаганда.

8. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это

а) система маркетинговых исследований;

б) система маркетинговой информации;

в) рынок.

9. Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:

а) наблюдение;

б) эксперимент;

в) система анализа маркетинговой информации.

10. Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:

а) анкета;

б) опрос;

в) интервьюирование.

11. Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это

а) поставщики;

б) контактная аудитория;

в) посредники.

12. Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:

а) продукт - дифференцированный маркетинг;

б) массовый маркетинг;

в) целевой маркетинг.

13. Плановое воздействие на событие - это

а) наблюдение;

б) опрос;

в) эксперимент.

14. Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это

а) товары кратковременного использования;

б) недвижимостью;

в) товары длительного использования.

15. Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это

а) товары повседневного спроса;

б) товары предварительного выбора;

в) услуги.

16. Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это
- а) товарный знак;
 - б) марочный знак;
 - в) марка.
17. Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это
- а) товар в реальном исполнении;
 - б) товар по замыслу;
 - в) товар с подкреплением.
18. Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это
- а) товародвижение;
 - б) стимулирование сбыта;
 - в) жизненный цикл товара.
19. Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это
- а) цена;
 - б) себестоимость;
 - в) стоимость.
20. Посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю называется:
- а) розничный продавец;
 - б) уровень канала распределения;
 - в) оптовый продавец.
21. Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется:
- а) личные продажи;
 - б) реклама;
 - в) пропаганда.
22. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:
- а) выведения на рынок;
 - б) зрелости;
 - в) роста.
23. Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это
- а) реклама;
 - б) пропаганда;
 - в) личные продажи.
24. Розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной глубины - это
- а) специализированный магазин;
 - б) торговый центр;
 - в) склад-магазин.
25. Сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения - это
- а) образ жизни;
 - б) общественные классы;
 - в) референтная группа.

Вариант II

1. Конечной целью маркетинга является:
- а) создание новых предприятий;
 - б) удовлетворение потребностей общества;
 - в) рост заработной платы.

2. К контактными аудиториями фирмы относятся:

- а) финансовые круги;
- б) эксперты;
- в) конкуренты.

3. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо - это

- а) нужда;
- б) потребность;
- в) запрос.

4. Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется:

- а) ассортиментом;
- б) товаром;
- в) номенклатурой.

5. Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется:

- а) выделение;
- б) концентрация;
- в) сегментирование рынка.

6. Какой этап жизненного цикла товара обеспечивает товару четко отличное от других, желательное место на рынке?

- а) позиционирование на рынке;
- б) проникновение на рынок;
- в) выход на рынок.

7. Сочетание четырех составляющих: товара, цены, методов распространения и методов стимулирования - это

- а) жизненный цикл товара;
- б) комплекс маркетинга;
- в) элементы маркетинга.

8. Постоянно действующей системой, предназначенной для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации называется:

- а) система маркетинговых исследований;
- б) комплекс маркетинга;
- в) система маркетинговой информации.

9. Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели - это

- а) вторичные данные;
- б) первичные данные;
- в) анкета.

10. Сегмент населения, призванный олицетворять собой население в целом - это

- а) выборка;
- б) семья;
- в) социальная группа.

11. Силы более широкого социального плана, оказывающие влияние на микросреду - это

- а) макросреда;
- б) потребители;
- в) правительство.

12. Маркетинг 1-ого продукта, предназначенного сразу для всех покупателей - это

- а) целевой маркетинг;
- б) продукт - дифференцированный маркетинг;
- в) массовый маркетинг.

13. Определение вида интересующей заказчика, информации и пути ее эффективного сбора - это

- а) наблюдение;
- б) отбор источников информации;

в) опрос.

14.Средство или способ решения какой – то проблемы - это

а) товар;

б) товар по замыслу;

в) запрос.

15.Товарами, которые потребитель обычно покупает часто, без раздумий и с минимальными усилиями на их сравнение между собой называются:

а) товары предварительного выбора;

б) товары пассивного спроса;

в) товары повседневного спроса.

16.Имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетания предназначенные для идентификации и выделения Т или У одного продавца среди Т и У конкурентов - это

а) марка;

б) марочный знак;

в) товарный знак.

17.Группой товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов называется:

а) товарная номенклатура;

б) ассортиментная группа;

в) товарный ассортимент.

18.Конкретное представление, сложившееся у потребителей о реально существующем или потенциальном товаре - это

а) замысел товара;

б) образ товара;

в) идея товара.

19.Практикой установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены называется:

а) стратегия проникновения на рынок;

б) стратегия «снятия сливок»;

в) стратегия следования за лидером.

20.Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя - это

а) система сбыта;

б) каналы распределения;

в) товародвижение.

21.Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи - это

а) личная продажа;

б) презентация;

в) реклама.

22.Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:

а) роста;

б) зрелости;

в) упадка.

23.В коммуникации процессом, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем называется:

а) кодирование;

б) расшифровка;

в) обращение.

24. Практика установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены, которая делает выгодным восприятие новинки лишь некоторыми сегментами рынка, а фирме позволяет получать максимально возможный доход - это
- установление цен для стимулирования сбыта;
 - стратегия прочного внедрения на рынок;
 - стратегия «снятия сливок».
25. Выступлением в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них занимается:
- недифференцированный маркетинг;
 - массовый маркетинг;
 - дифференцированный маркетинг.

Ответы на тестовые задания по разделу «маркетинг»

Вариант № вопроса	I	II
1	а	б
2	б	а
3	в	а
4	б	б
5	в	в
6	а	а
7	а	б
8	б	в
9	в	б
10	б	а
11	б	а
12	а	в
13	в	б
14	в	б
15	б	в
16	б	а
17	а	в
18	в	б
19	а	б
20	б	в
21	в	а
22	в	а
23	а	б
24	а	в
25	б	в

Раздел Основы предпринимательства

Тема 3. Основные положения

Устный опрос:

Цели и задачи курса «Основы предпринимательской деятельности». Значение

дисциплины в программе подготовки квалифицированных специалистов. Основные экономические ресурсы. Предпринимательство как особый вид деятельности. Развитие предпринимательства в России

Тема 4. Содержание и виды предпринимательской деятельности .

Устный опрос: История Российского предпринимательства. Российское предпринимательство на современном этапе. Предпринимательская среда. Виды предпринимательской деятельности. Объекты и субъекты.

Письменный опрос:

1. В чем заключается экономическая сущность предпринимательской деятельности?
2. Заполните таблицу. Виды производственного предпринимательства.

Производственное предпринимательство	
	Научно-техническое
	Оказание услуг
	Информационное

3. Назовите необходимые условия для развития торгового предпринимательства.

Проверочная работа (эталон ответов)

1. Экономическая сущность предпринимательской деятельности заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства с целью удовлетворения спроса потребителя.
- 2.

Производственное предпринимательство	Инновационное
	Научно-техническое
	Производство товаров
	Оказание услуг
	Производственное потребление товаров
	Производственное потребление услуг
	Информационное

3.
 - 1). Относительно устойчивый спрос на продаваемую продукцию.
 - 2). Более низкая закупочная цена товаров у производителя, что позволяет продавцам возместить издержки и получить прибыль.

Критерии оценки проверочной работы 1.

За полный и точный ответ задание 1 = 1 балл

За все заполненные ячейки во втором задании = 4 балла

За полный ответ на третий вопрос = 2 балла

Следовательно, 6 б = «5»

5 б = «4»

4 б = «3»

Ниже 4 б = «2»

Тема 5. Нормативно - правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность в РФ.

Письменный опрос

Тест 1.

Найдите правильный ответ.

1. Могут ли выступать вклады в имущество хозяйственных товариществ и обществ в виде:

- а) денег;
- б) ценных бумаг;
- в) имущественных прав.

1) да;

2) нет.

2. Может ли унитарное предприятие нести гражданскую ответственность за деятельность других, принадлежащих государству предприятий:

1) да;

2) нет.

3. Может ли сотрудник унитарного предприятия потребовать свою долю (пай):

а) при выходе на пенсию;

б) при ликвидации предприятия.

1) да;

2) нет.

4. Может ли автор изобретения внести его в качестве пая в хозяйственное товарищество (общество):

1) да;

2) нет.

5. Может ли коммерческая организация быть участником двух товариществ:

1) да;

2) нет.

6. Может ли полное товарищество иметь печать с одним словом "Меридиан" :

1) да;

2) нет.

7. Может ли товарищество на вере состоять только из командистов:

1) да;

2) нет.

8. Может ли общество с ограниченной ответственностью состоять из одного участника:

1) да;

2) нет.

9. Может ли АО состоять из одного участника:

1) да;

2) нет.

10. Корпорация – это:

1) хозяйственное товарищество;

2) хозяйственное общество.

Тест 1. Эталон ответов.

1-2;

3-1;

5-1;

7-1;

9-1;

2-2;

4-1;

6-2;

8-1;

10-2.

Критерии оценки:

За каждый правильный ответ дается 1 балл, следовательно:

5б и меньше = «2»

6-7б = «3»

8 – 9 б = «4»

10 б = «5»

Тема 6. Порядок регистрации предпринимательской деятельности

Устный опрос: Документы, необходимые для регистрации предпринимательской деятельности. Порядок регистрации в соответствующих учреждениях и фондах в Единое окно. Заявление о государственной регистрации. Открытие расчётного счёта в банке. Лицензирование.

Тема 7. Налогообложение предпринимательской деятельности

Устный опрос: Налоговая политика государства в отношении субъектов малого и среднего бизнеса. Системы налогообложения, применяемые субъектами малого и среднего бизнеса. Упрощённая система налогообложения (УСН). УСН на основе патента. Единый налог на вменённый доход (ЕНВД). Единый сельскохозяйственный налог (ЕСН). Выбор системы налогообложения - общие принципы. НДС (налог на добавленную стоимость). Страховые взносы во внебюджетные фонды. Удержание и уплата налога на доходы физических лиц (НДФЛ) налоговыми агентами. Ответственность за нарушение налогового законодательства.

Письменный опрос: Терминологический диктант:

Напишите определения следующих терминов.

Функции налогов. Налоговая система РФ. Специальные налоговые режимы. Налоговая база. Налоговый период. Налоговая ставка.

Устный опрос:

1. Раскройте определение «налоги»
2. Перечислите функции налогов
3. Назовите виды налогов
4. Регулирующая функция налогов
5. Функции налогового учета

Тест 3

Найдите единственно верный ответ

1 К общегосударственным налогам относят:

- А) налог из рекламы;
- Б) НДС;
- В) коммунальный налог;
- Г) гостиничный сбор.

2 Совокупность налогов, что взимаются в государстве, а также форм и методов их

Построения – это:

- А) налоговая политика;
- Б) налоговая система;
- В) фискальная функция;
- Г) принцип стабильности

3 Акцизный сбор – это налог:

- А) косвенный – индивидуальный;

- Б) прямой – реальный;
В) прямой – личный;
Г) косвенный – универсальный.
- 4 Налоги возникли в результате:
А) развития торговли;
Б) появления государства;
В) становление промышленности;
Г) формирование товарно-денежных отношений.
- 5 Налоги – это:
А) денежные содержания из каждого работающего человека;
Б) денежные и натуральные платежи, что выплачиваются из госбюджета;
В) денежные изъятия государства из прибыли и зарплаты;
Г) обязательные платежи юридических и физических лиц в бюджет в размерах и в Сроки, установленные законом.
- 6 Недопущение каких-либо проявлений налоговой дискриминации – обеспечение Одинакового подхода к субъектам ведения хозяйства – это принцип:
А) стимулирование;
Б) равенства;
В) стабильность;
Г) равномерности уплаты.
- 7 К местным налогам и сборам относят:
А) рыночный сбор;
Б) налог на землю;
В) налог из владельцев транспортных средств;
Г) коммунальный налог;
Д) верные а) и г).
8. Источником уплаты налога является:
А) заработная плата;
Б) прибыль;
В) проценты;
Г) все ответы верны.
- 9 Перераспределение доходов юридических и физических лиц осуществляется путем реализации:
А) стимулирующей функции налогов;
Б) регулирующей функции налогов;
В) распределительной функции налогов;
Г) контрольной функции налогов.
- 10 К личным налогам относятся:
А) подоходный налог;
Б) налог на землю;
В) пошлина;
Г) НДС.
- 11 Налог с владельцев транспортных средств - это налог:
А) косвенный;
Б) прямой;
В) местный;
Г) универсальный.
- 12 Пополнение средств государственной казны осуществляется путем реализации Функции налогов:
А) стимулирующей;
Б) фискальной;
В) регулирующей;
Г) контрольной.

13 К реальным налогам относятся:

- А) подоходный налог;
- Б) пошлина;
- В) налог на землю;
- Г) НДС.

14 Налог с рекламы - это налог:

- А) косвенный;
- Б) общегосударственный;
- В) местный;
- Г) универсальный.

15 По способу взимания налоги подразделяются:

- А) прямые и косвенные;
- Б) на прибыль (доход), на прибавленную стоимость, ресурсные, на имущество, на действия;
- В) общегосударственные и местные;
- Г) кадастровые, декларационные и предыдущие.

Эталоны ответов:

1 б, 2 б, 3 а, 4 б, 5 г, 6 б, 7 д, 8 г, 9 в, 10 а, 11 б, 12 б, 13 в, 14 в, 15 а.

Критерии оценивания:

За каждый верный вариант ответа - 1 балл, следовательно:

13-15 б = «5»

10-12 б = «4»

7 – 9 б = «3»

Меньше 7 б = «2»

Тема 8. Имущественные, финансово - кредитные ресурсы для малого предпринимательства

Устный опрос: Выручка. Себестоимость. Прибыль. Анализ и планирование финансов предприятия. Кредит как источник финансирования малого предпринимательства. Виды и формы кредитования малого предпринимательства. Требования кредитных организаций, предъявляемые к потенциальным заемщикам – субъектам малого бизнеса.

Тема 9. Управление персоналом.

Устный опрос: Отбор, подбор, оценка персонала. Оформление трудовых отношений: порядок заключения трудового договора, его содержание. Срочные трудовые договоры. Изменение условий трудового договора. Прекращение трудового договора по различным основаниям. Особенности заключения, изменения, расторжения трудовых договоров, заключенных между индивидуальным предпринимателем - работодателем и работником.

Тема 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки

Устный опрос:

1. Что является экономической основой бизнеса?
2. Обоснуйте (через схему) место бизнеса в деятельности человека?
3. Назовите основные шаги (этапы) открытия своего бизнеса?
4. Перечислите и дайте краткую характеристику основным вариантам открытия своего бизнеса?
5. Кратко охарактеризуйте варианты создания бизнеса?

Проверочная работа по курсу Основы предпринимательской деятельности

1 Вариант

1 блок

4. Заполните таблицу «Виды предпринимательства».

Виды предпринимательства	Производственное

2 блок

1. Понятие и основные признаки предпринимательства.
2. Организационно - правовые формы предпринимательства.
3. Функции предпринимательства
4. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности.
5. Сущность предпринимательской внутренней среды, ее влияние на развитие предпринимательства.

2 Вариант

1 блок

1. Заполните таблицу «Организационно-правовые формы предпринимательства».

Организационно-правовые формы предпринимательства	Индивидуальный предприниматель

2 блок

1. Сущность предпринимательской внешней среды косвенного воздействия, ее влияние на развитие предпринимательства.
2. Сущность предпринимательской среды прямого воздействия, ее влияние на развитие предпринимательства.
3. Хозяйственные товарищества: их основные виды, характеристика, особенности.
4. Акционерные общества. Характеристика, особенности функционирования
5. Нормы и источники предпринимательского права.

3 Вариант

1 блок

1. Заполните таблицу «Признаки юридического лица».

Признаки юридического лица	Имеет собственный баланс

2 блок

1. Финансово-кредитная и имущественная поддержка малого предпринимательства.
2. Перечислить формы поддержки малого бизнеса со стороны государства.
3. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
4. Культура предпринимательской деятельности
5. Сущность внутренней и внешней предпринимательской среды.

4 Вариант

1 блок

1. Заполните таблицу «Функции предпринимательства»

Функции предпринимательства	общеэкономическая

--	--

2 блок

1. Особенности проведения подрядных торгов.
2. Виды предпринимательской деятельности
3. Условия развития предпринимательства
4. Признаки юридического лица
5. Особенности малого бизнеса

5 Вариант

1 блок

1. Заполните таблицу «Виды Государственной поддержки малого и среднего бизнеса».

Виды Государственной поддержки малого и среднего бизнеса	Безвозмездная финансовая поддержка

2 блок

1. Какие порядки создания юр.лица вы знаете
2. Общие принципы предпринимательского права
3. Особенности ведения предпринимательского договора. Примеры видов договоров.
4. Что является инфраструктурой развития бизнеса
5. Субъекты торгов в строительстве

6 Вариант

1 блок

1. Заполните таблицу Формы проявления предпринимательской культуры

Формы проявления предпринимательской культуры	Соблюдение законодательства

2 блок

1. Значение торгов в строительстве
2. Виды нефинансовой поддержки малого бизнеса
3. Какие виды бизнес идей поддерживаются в г. Вологде?
4. Индивидуальный предприниматель. Характеристика, особенности функционирования.
5. Общество с ограниченной ответственностью. Характеристика, особенности функционирования.