Подписан: Скоков Р.Ю., ректор ВИЭПП
Дата: 2023.05.23 12:56:23+03'00'

Приложение 2 к рабочей программе
дисциплины **«Основы предпринимательской деятельности»**

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ПЕДАГОГИКИ И ПРАВА»

Волжский социально-педагогический колледж

Фонд оценочных средств
по дисциплине
«Основы предпринимательской деятельности»

Специальность:
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Уровень образования:
среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника:
Бухгалтер

Содержание

1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания 3
2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы....13
2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля....13
2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине.17
2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине 17
2.2.2 Задания для самостоятельной работы 17
2.2.3 Типовые задания 18
2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине 41
2.3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине 41
2.3.2 Примерное задание на экзамену по дисциплине 41

1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	удовлетворительно
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	хорошо
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой	отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Удовлетворительно
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные	Хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
	соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Отлично
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных	Удовлетворительно

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
деятельности, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Хорошо
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой	Отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Удовлетворительно
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Отлично
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Удовлетворительно
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять	Хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
	экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Отлично
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты,	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению	Удовлетворительно

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
	платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Хорошо
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке	Отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	
ПК 4.5. Принимать участие в составлении бизнес-плана.	– ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. – ***умеет*** составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	- ***имеет базовые знания*** о принципах и методах общей оценки деловой активности организации, технологий расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** по инструкции составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Удовлетворительно
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. -***умеет*** на основе типовых примеров составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-	Хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		планы).	
		- ***знает*** принципы и методы общей оценки деловой активности организации, технологию расчета и анализа финансового цикла. - ***умеет*** самостоятельно составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта; вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы).	Отлично

2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля

Вариант 1

1. В состав основных фондов включают:
а) Здания производственных цехов;
б) Складские помещения;
в) Запасы материалов на складе;
г) Детские сады

2. К основным производственным фондам относят:
а) Здания производственных цехов;
б) Здания жилого фонда;
в) Машины и оборудование, служащие менее одного года;
г) Транспортные средства;
д) Сооружения

3. К основным непроизводственным фондам относят:
а) Жилые дома;
б) Помещения медсанчасти;
в) Грузовой и легковой автотранспорт

4. В активную часть основных производственных фондов включаются:
а) Силовые машины и оборудование;
б) Передаточные устройства;
в) Рабочие машины и оборудование;
г) Лабораторное и измерительное оборудование;
д) Вычислительная техника;
е) Прочие машины и оборудование;
ж) Сооружения

5. В состав пассивной части основных производственных фондов включаются:
а) Здания производственных цехов;
б) Жилые здания;
в) Сооружения;
г) Передаточные устройства;
д) Транспортные средства

6. Основные производственные фонды после окончания строительства оцениваются:
а) По восстановительной стоимости;
б) По полной первоначальной стоимости;
в) По остаточной стоимости;
г) По ликвидационной стоимости

7. Для определения уровня использования основных производственных фондов применяются следующие показатели:
а) Прибыль;
б) Рентабельность;
в) Фондоотдача;
г) Фондоемкость

8. Амортизация основных производственных фондов - это:
а) Процесс постепенного перенесения стоимости основных производственных фондов на создаваемый продукт;
б) Расходы на содержание основных производственных фондов;

в) Затраты на восстановление основных производственных фондов;
г) Облагаемые налогом средства на воспроизводство основных производственных фондов

9. К показателям использования основных фондов относятся:
а) Коэффициент экстенсивного использования оборудования;
б) Коэффициент интенсивного использования оборудования;
в) Коэффициент сменности;
д) Коэффициент использования материалов

10. В состав оборотных средств предприятия входят:
а) Оборотные фонды и фонды обращения;
б) Рабочие машины и оборудование;
в) Транспортные средства

11. К оборотным производственным фондам относят:
а) Топливо;
б) Вспомогательные материалы;
в) Тара и тарные материалы;
г) Незавершенное производство;
д) Готовая продукция;
е) Средства в кассе

12. В состав фондов обращения входят:
а) Готовая продукция, прошедшая технический контроль;
б) Готовая продукция, которая еще не прошла технический контроль;
в) Расходы будущих периодов;
г) Денежные средства в кассе

13. Входят ли в состав производственных кадров предприятия следующие работники:
а) Рабочие;
б) Руководители;
в) Работники медсанчасти;
г) Специалисты

14. Входят ли в состав рабочих следующие работники:
а) Основные рабочие;
б) Вспомогательные рабочие;
в) Помощники мастеров

15. В организацию труда коллектива предприятия включают:
а) Распределение обязанностей среды работников;
б) Стимулирование труда;
в) Совершенствование технологического процесса;
г) Совершенствование организации труда

16. В сдельную форму оплаты труда входят:
а) Прямая сдельная;
б) Сдельно-премиальная;
в) Сдельно-прогрессивная;
г) Аккордная;
д) Контрактная

17. В повременную форму оплаты труда входят:
а) Простая повременная;
б) Повременно-премиальная;
в) Бестарифная

18. В бестарифную систему оплаты труда входят:
а) Контрактная;
б) Аккордная

19. Аккордная форма оплаты труда характеризуется:
а) Наращиванием количества изготовляемой продукции;
б) Улучшение качества продукции;
в) Экономией времени при выполнении задания;
г) Ростом производительности труда;
д) Улучшением использования основных фондов

20. Тарифная система оплаты труда рабочих включает:
а) Тарифные ставки и тарифные сетки;
б) Тарифные сетки и тарифно-квалификационный справочник;
в) Тарифные ставки, тарифные сетки. Тарифно-квалификационный справочник, районный справочник

Вариант 2

1.В совершенствование методологии планирования входят:
а) Повышение научно-технического обоснования планов;
б) Широкое внедрение норм и нормативов;
в) Применение межотраслевого баланса

2. В планировании применяются следующие виды норм:
а) Нормы затрат живого труда;
б) Нормы затрат материалов;
в) Нормы продолжительности освоения новой техники;
г) Нормы времени на обработку документов

3. В план развития предприятия включаются следующие разделы:
а) Производственная программа;
б) План капитального строительства;
в) План по расчету норм и нормативов;
г) Финансовый план;
д) План мероприятий по охране природы

4. Центральным разделом плана развития предприятия является:
а) План по труду и кадрам;
б) Производственная программа;
в) План капитальных вложений и капитального строительства;
г) Финансовый план

5. В производственную программу включают:
а) Темпы роста товарной продукции;
б) Производство важнейших видов продукции в натуральном выражении;
в) Задание по снижению норм расхода материалов на изготовление продукции

6. В состав товарной продукции включают:
а) Готовая продукция;
б) Услуги промышленного характера для реализации другим предприятиям;
в) Полуфабрикаты на сторону;
г) Незавершенное производство;
д) Продукция вспомогательных цехов на сторону

7. В состав бизнес-плана включаются следующие разделы:
а) Краткая характеристика проекта;
б) Характеристика товара;
в) Анализ рынка;
г) План по труду и кадрам;
д) План по снижению норм расхода материалов на изготовление продукции;
е) Финансовые ресурсы;
ж) Информационные ресурсы

8. В издержки производства включают:

а) Непосредственное производство продукции;
б) Расходы на подготовку и освоение производства;
в) Расходы на управление производством;
г) Затраты на погрузку готовой продукции и отправку ее потребителю;
д) Расходы на рекламу

9. В издержки обращения включают:

а) Расходы на рекламу;
б) Затраты на погрузку готовой продукции и отправку ее потребителю;
в) Незавершенное производство;
г) Расходы на подготовку и освоение производства

10. Издержки производства могут быть:

а) Проектные;
б) Нормативные;
в) Плановые;
г) Фактические;
д) Расчетные

11. В классификацию по элементам затрат включают:

а) Материальные затраты;
б) Оплата труда;
в) Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;
г) Отчисления на социальные нужды;
д) Общепроизводственные расходы

12. В классификацию по калькуляционным статьям затрат включают:

а) Сырье и материалы;
б) Возвратные отходы;
в) Заработная плата основных производственных рабочих;
г) Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;
д) Заработная плата дирекции

13. Расчет по калькуляционным статьям затрат предназначен для:

а) Исчисления цены на отдельные детали и узлы;
б) Расчета прямых и косвенных расходов;
в) Расчета себестоимости конкретного вида продукции;
г) Составления сметы затрат на производство

14. Цеховая себестоимость продукции состоит из следующих затрат:

а) Цеха на выполнение технологических операций;
б) Цеха на управление производством;
в) Общезаводских расходов

15. Производственная себестоимость продукции включает следующие затраты:

а) Цеха на изготовление продукции;
б) Расходы на производство и сбыт продукции;
в) Цеховую себестоимость и общезаводские расходы

16. К переменным расходам относят:

а) Материальные расходы;
б) Амортизационные отчисления;
в) Заработная плата производственных рабочих;
г) Заработная плата аппарата управления

17. К постоянным расходам относят:

а) Затраты на содержание дирекции
б) Расходы на освещение и отопление производственных цехов
в) Расходы на содержание аппарата управления производственных цехов
г) Расходы на зарплату основных производственных рабочих

18. В состав фондов обращения входят:

а) Готовая продукция, прошедшая технический контроль;
б) Готовая продукция, которая еще не прошла технический контроль;
в) Расходы будущих периодов;
г) Денежные средства в кассе

19. Входят ли в состав производственных кадров предприятия следующие работники:
а) Рабочие;
б) Руководители;
в) Работники медсанчасти;
г) Специалисты

20. Входят ли в состав рабочих следующие работники:
а) Основные рабочие;
б) Вспомогательные рабочие;
в) Помощники мастеров

2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»

2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине«Основы предпринимательской деятельности»

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Контрольный опрос	Контрольный опрос – это метод оценки уровня освоения компетенций, основанный на непосредственном (беседа, интервью) или опосредованном (анкета) взаимодействии преподавателя и студента. Источником контроля знаний в данном случае служит словесное или письменное суждение студента	Примерный перечень вопросов к зачету и экзамену Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение Задания для самостоятельной работы
Тестовые задания	Тестирование - удовлетворяющая критериям исследования эмпирико-аналитическая процедура оценки уровня освоения компетенций студентами	Тесты по дисциплине
Работа в малых группах	Метод, направленный на участие обучающихся в работе, развитие навыков сотрудничества, межличностного общения	Методика организации работы в малых группах Типовые задания
Защита индивидуального проекта	Индивидуальный проект выполняется обучающимся самостоятельно под руководством преподавателя по выбранной теме в рамках одного или нескольких изучаемых учебных предметов, курсов в любой избранной области деятельности (познавательной, практической, учебно-исследовательской, социальной, художественно-творческой, иной).	Тематика индивидуальных проектов

2.2.2 Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы по теме «Содержание и типология предпринимательской деятельности»

1. Бизнесом нельзя назвать
1) страхование автомобилей
2) сельскохозяйственное производство
3) парикмахерские услуги
4) натуральное хозяйство

2. Статья 2 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит: «Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке». В соответствии с ней цель предпринимательской деятельности — это
1) риск
2) самостоятельность
3) получение прибыли
4) пользование имуществом

3. Хозяйственные товарищества, общества, производственные кооперативы — это
1) виды бизнеса
2) формы бизнеса
3) физические лица
4) ресурсы

4. Найдите слово (словосочетание), которое обобщает перечисленное, и запишите цифру, под которой оно указано.
1) финансовый бизнес
2) торговля
3) посреднические услуги
4) виды бизнеса
5) производство товаров

5. Держатели акций создают
1) индивидуальное предприятие
2) хозяйственное товарищество
3) акционерное общество
4) фермерское хозяйство

6. Установите соответствие между видами бизнеса и видами деятельности: к каждому элементу первого столбца подберите соответствующий элемент из второго столбца.
Виды деятельности
А) предоставление денежных средств за вознаграждение
Б) создание товаров
В) продажа товаров
Г) продажа акций
Д) доставка и хранение товаров
Виды бизнеса
1) производственный
2) торговый
3) финансовый

7. Выберите правильные высказывания.
1) Основа торгового предпринимательства — производство товаров.
2) Индивидуальное (частное) предприятие считается самой крупной формой бизнеса.
3) Предпринимательской деятельностью могут заниматься граждане (физические лица) и фирмы (юридические лица).
4) Деятельность предпринимателя регулируют не только правовые, но и моральные нормы.

8. Деятельность предпринимателя, как и иные виды трудовой деятельности в РФ, связана с

1) получением дивидендов
2) получением прибыли
3) получением заработной платы
4) соблюдением законов

Задания для самостоятельной работы по теме «История российского предпринимательства»

1. История российского предпринимательства является важной составляющей истории России
А. Экономической
Б. Политической
В. Национальной
Г. Международной

2. К видам экономической деятельности не относится:
А. Торговля
Б. Промышленность
В. Изобретательство
Г. Благотворительность

3. Монополистическая стадия предпринимательства:
А. 1861 – 1900 г.
Б. начало XX в. – 1917 г.
В. 1880-е – начало XX в.
Г. XX в. 15

4. В результате промышленного переворота и перехода от ручного труда к машинному появляется:
А.Фабрика
Б. Простая капиталистическая кооперация
В. Мануфактура
Г. Завод

5. Первые крупные промышленные предприятия России XVI – XVII вв.– Пушечный двор, Оружейная палата, Хамовный двор по форме собственности были:
А. Государственными
Б.Частными
В. Дворцовыми
Г. Купеческими

6. Древнейший вид предпринимательской деятельности это
А. ростовщичество
Б. ремесленное производство
В. торговый обмен
Г. промышленное производство

7. Гостями в Древнерусском государстве именовали
А. купцов, занимающихся внутренней торговлей
Б. мелких торговцев в разнос
В. купцов, ведущих заморскую торговлю
Г. торговцев кондитерскими изделиями

8. Задание Крупнейшими торгово-промышленными центрами Древней Руси являлись
А. Киев и Новгород
Б. Рязань и Тула
В. Тула и Москва
Г. Киев и Москва

Задания для самостоятельной работы по теме «Концепция и родовые признаки бизнеса»

1. С точки зрения позитивной концепции бизнеса бизнесмен:

а) всеми силами стремится удовлетворить потребности общества;
б) стремится удовлетворить свои личные интересы и тем самым удовлетворяет потребности общества;
в) пытается преследовать свои личные интересы, но интересы общества всегда побеждают;
г) стремится удовлетворить интересы всех своих партнеров по бизнесу;
д) вынужден всегда подчиняться интересам общества.

2. С точки зрения прагматической концепции бизнес является:
а) производным элементом экономики;
б) нежелательным, но вынужденным элементом жизни общества;
в) необходимым элементом экономики;
г) составляющим экономики любой страны;
д) элементом, обеспечивающим высокий уровень развития экономики.

3. Главной задачей любой предпринимательской деятельности является:
а) максимизация доходов;
б) удовлетворение потребностей клиентов;
в) минимизация расходов и максимизация доходов;
г) минимизация издержек;
д) сохранение и усиление конкурентоспособности.

4. Обеспечение позитивного имиджа компании достигается следующим образом:
а) только специальным воздействием на общественное мнение;

5. С точки зрения критической концепции, бизнес влияет на благосостояние общества следующим образом:
а) ухудшает;
б) делит общество на сильно дифференцированные классы;
в) сглаживает имущественное неравенство в обществе;
г) бизнес не влияет на благосостояние общества;
д) повышает.

6. Согласно прагматической концепции бизнеса, интересы общества и предпринимателей соотносятся следующим образом:
а) интересы общества и предпринимателей объединены;
б) интересы предпринимателей отделены от интересов общества;
в) интересы предпринимателей превалируют над интересами общества;
г) интересы общества превалируют над интересами предпринимателей;
д) государство подавляет интересы и общества, и предпринимателей.

7. Постоянное укрепление конкурентоспособности предприятия необходимо для:
а) выживания организации в долгосрочной перспективе;
б) выживания организации в краткосрочном периоде;
в) вытеснения конкурентов с рынка;
г) максимального удовлетворения потребностей общества;
д) максимизации прибыли.

8. Стремление фирмы удовлетворить потребности клиента подразумевает:
а) безвозмездное выполнение запросов клиента для поднятия имиджа организации;
б) создание у потребителя новых потребностей и их удовлетворение на безвозмездной основе для привлечения внимания к другим товарам фирмы;
в) продажу товаров по минимальным ценам;
г) продажу товаров наивысшего качества;
д) выполнение запросов клиента на возмездной основе.

Задания для самостоятельной работы по теме «Виды предпринимательской деятельности»

1. По формам собственности предпринимательство может быть:
а) индивидуальное
б) коллективное

в) государственное

2. По виду или назначению предпринимательство может быть:

а) муниципальное

б) коллективное

в) коммерческое

3. По количеству собственников предпринимательство может быть:

а) производственное

б) арендное

в) индивидуальное

4. 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.

5. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:

а) характер предпринимателя;

б) особенности конкуренции на рынке;

в) цели фирмы;

г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

6. К внешним механизмам, обеспечивающим баланс прав предпринимателей и их партнеров в рамках АО относится:

а) система правовых ограничений;

б) система перекрестного владения акциями;

в) рынок контроля.

г) все выше перечисленное верно.

7. Контрольный пакет акций - это:

а) 51% акций;

б) пакет акций обеспечивающий контроль над фирмой;

в) пакет акций, дающий его владельцу право участвовать в собрании акционеров;

г) пакет акций, дающий его владельцу право быть избранным в совет директоров компании.

8. Полный контроль над корпорацией получает:

а) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, в любых условиях;

б) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, если нет блокирующего меньшинства;

в) акционер или группа акционеров, которая может блокировать принятие нежелательных для них решений по наиболее важным вопросам;

г) всегда принадлежит менеджменту, который принимает важнейшие решения по управлению корпорацией.

Задания для самостоятельной работы по теме «Финансовое обеспечение предпринимательской деятельности»

1. К вторичной маркетинговый информации относятся:

а) материалы наблюдения;

б) материалы анкетного опроса;

в) материалы внутренней отчетности организации;

г) материалы специально организованного исследования.

2.Методом проведения маркетингового исследования является:

а) анкета;

б) процедура выборки;

в) наблюдение;

г) личный контакт.

3.Среди ниже перечисленных факторов, влияющих на покупательское поведение, выберите тот, который относится к социальным факторам:
а) тип личности;
б) семья;
в) общественное положение;
г) восприятие.

4.Дайте полное определение бизнес-плану
а) план, который описывает и обосновывает бизнес-идею без анализа внешней среды
б) план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности
в) любой план предпринимателя, который открывает новый бизнес
г) план действий фирмы, который содержит информацию о фирме, товаре, рынке и конкурентах

5.Какова отличительная черта бизнес-плана
а) краткосрочность плана
б) сводный характер бизнес-плана (связь сфер: от производственно-технической до маркетинго-сбытовой, их взаимное влияние и влияние на результирующие показатели)
в) долгосрочность планирования, ориентация на стратегическое развитие и стратегию
г) ориентир на получение прибыльного бизнеса и снижение издержек

6.Выберите функцию, которая не относится к основным функциям бизнес-плана
а) разработка модели бизнеса, отработка стратегии
б) средство мониторинга: контроль настоящего и сравнение результатов с ожидаемыми,
в) функция контроля качества выпускаемой предприятием продукции,
г) инструмент для доступа к финансовым ресурсам, привлечение кредиторов и инвесторов.

7.Что из ниже перечисленного должно быть описано в разделе «Характеристика сферы деятельности предприятия» бизнес-плана?
а) экономическое окружение
б) юридическое окружение
в) экономическое и юридическое окружение
г) маркетинговое исследование рынка

8.Что из перечисленного ниже не должно содержаться в разделе «Маркетинг» бизнес-плана?
а) описание целевого рынка потребителей
б) описание конкурентов
в) ценовая политика
г) кадровый состав предприятия или фирмы

Задания для самостоятельной работы по теме «Взаимоотношения предпринимателей с финансовой системой и кредитными организациям»

1. К финансам коммерческих организаций относятся:
А) Финансы хозяйственных обществ;
Б) Финансы государственных и муниципальных унитарных предприятий; В) Финансы кредитных организаций;
Г) Финансы потребительских кооперативов.

2. Принципами финансов коммерческой организации являются:
А) Обеспечение инвестиционной привлекательности;
Б) Оптимизация источников финансовых ресурсов;
В) Максимизация доходов учредителей (акционеров);
Г) Максимизация прибыли.

3. Финансовый механизм в коммерческой организации проявляется через определение:
А) Структуры актива и пассива баланса; Б) Состава обязательных платежей;

В) Способов формирования финансовых ресурсов на этапе создания организации;
Г) Ответственности работников за результаты финансово-хозяйственной деятельности.

4. На этапе создания у унитарных предприятий формируется:
А) Уставный капитал;
Б) Уставный фонд;
В) Складочный капитал.

5. На этапе создания в хозяйственных обществах формируется уставный капитал в размере:
А) для ООО – 10 000 руб.
Б) для публичных АО – 100 000 руб. В) для непубличных АО – 10 000 руб. Г) Все ответы правильные.

6. Собственником в унитарном предприятии может выступать:
А) Субъекты РФ, муниципальные образования и государственные учреждения; Б) Российская Федерация, субъекты РФ и государственные учреждения; В) Российская Федерация, субъекты РФ и муниципальные образования.

7. Когда источником финансовых ресурсов коммерческой организации выступает выручка от реализации, видами финансовых ресурсов выступают:
А) Дебиторская задолженность; Б) Амортизационные отчисления; В) Прибыль от продаж; Г) Прибыль от прочей реализации.

8. Источниками финансовых ресурсов КО могут выступать:
А) Бюджетные средства;
Б) Внереализационные доходы;
В) Внереализационные расходы;
Г) Эмиссионные доходы;
Д) Эмиссионные расходы.

Задания для самостоятельной работы по теме «Риски предпринимательской деятельности»

1.Какие цели следует отнести к процедурам бизнес-планирования?
а) разработка стратегии развития бизнеса
б) определение тенденции развития бизнеса
в) диверсификация продуктов работ и услуг
г) моделирование бизнес-процессов
Д) все выше перечисленное

2. Выделите три основные причины, почему мы должны планировать бизнес?
а) бизнес-планирование – обдумывание идей
б) бизнес-план – рабочий инструмент для принятия решения, контроля, управления
в) бизнес-план – способ сообщения идей заинтересованным инвесторам
г) бизнес-план – средство для получения денег
Д) бизнес-план – средство для получения льгот

3.Для кого бизнес-план разрабатывается в первую очередь?
а) для государственных учреждений, в том числе для налоговой инспекции
б) для банка, который может дать кредит
в) для совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров предприятия
г) для федеральной, региональной и местной администрации

4.Кто должен заниматься бизнес-планированием на предприятии?
а) совет директоров
б) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия
в) генеральный директор и рабочая группа специалистов предприятия

г) инвесторы
д) все перечисленные выше

5.Укажите очередность решения задач при бизнес-планировании?
а) сбор и подготовка статистической, аналитической и прогнозной информации
б) анализ чувствительности проекта к изменениям внутренних и внешних факторов
в) разработка целей, стратегии и тактики реализации проекта
г) определение необходимых ресурсов для реализации целей
д) оценка эффективности инвестиционных затрат

6.Какие подсистемы должны быть включены в систему планирования?
а) планирование целей
б) планирование потенциала
в) планирование процессов и объектов
г) плановые расчеты
д) все перечисленные подсистемы

7.По каким основным сферам деятельности принимаются решения при планировании бизнеса?
а) по организационной деятельности
б) по стратегической деятельности
в) по производственной деятельности
г) по инвестиционной деятельности
д) по финансовой (налоговой) деятельности
е) по финансовой деятельности

Задания для самостоятельной работы по теме «Бизнес-планирование предпринимательской деятельности»

1.Чтакое бизнес-план?
а) необходимый документ для получения денежных средств или получения льгот
b) рабочий инструмент, позволяющий исследовать и оценить любое конкретное направление и перспективы деятельности
c) предприятия или фирмы на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях
d) развернутое обоснование проекта, дающее возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект

2. Какие цели следует отнести к процедурам бизнес-планирования?
а) разработка стратегии развития бизнеса
b) определение тенденции развития бизнеса
c) диверсификация продуктов работ и услуг
d) все вышеперечисленное

3. Укажите очередность решения задач при бизнес-планировании
1) сбор и подготовка статистической, аналитической и прогнозной информации
2) анализ чувствительности проекта к изменениям внутренних и внешних факторов
3) разработка целей, стратегии и тактики реализации проекта
4) определение необходимых ресурсов для реализации целей
5) оценка эффективности инвестиционных затрат

4. Укажите два основных вида бизнес-плана
a. Внутренний и внешний бизнес-план
b. бизнес план для инвесторов и для кредиторов

5. Укажите, что является главным в определении маркетинга:
а) снижение издержек производства;
б) повышение качества жизни;
в) удовлетворение потребностей потребителя;
г) сбыт товара.

6. Конъюнктура рынка характеризуется наличием колеблющегося спроса, задачей маркетинга в этом случае является:
а) оживить потребность;
б) найти потребность и создать товар ее удовлетворяющий;
в) синхронизировать спрос;
г) поддерживать удовлетворение.

7. Одна из концепций развития маркетинга называется «концепция социально-этичного маркетинга», в чем ее сущность:
а) фирма сосредотачивает усилия на совершенствовании производства;
б) фирма определяет потребности рынка и приспосабливает к ним производство и сбыт;
в) фирма сосредотачивает усилия на совершенствовании товара;
г) фирма при достижении целей учитывает потребности потребителей, интересы фирмы и интересы общества.

8. Укажите, что из ниже перечисленных факторов окружающей среды маркетинга может контролироваться фирмой:
а) экономика;
б) выбор целевого рынка;
в) научно-технический прогресс;
г) средства массовой информации.

2.2.3 Тесты по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»
Вариант 1

1.Бухгалтерский учет – это…
а. деятельность предприятия по расчёту налогов
б. хозяйственная деятельность предприятия по оформлению текущей деятельности предприятия
в. система сбора, регистрации и обобщения информации об имуществе, обязательствах организации и их движении

2.К коммерческим организациям не относится …
а. акционерное общество
б. полное товарищество
в. благотворительный фонд

3. Основной документ, подтверждающий права и обязанности его владельца, предъявляющийся по требованию должностных лиц налоговых и иных уполномоченных органов исполнительной власти – это …
а. трудовой договор
б. свидетельство о государственной регистрации предпринимателя
в. коммерческий договор

4.Определите правильный вид хозяйственной операции: «Оплачена часть краткосрочной кредиторской задолженности»
а. Дт 66 Кт51
б. Дт 51 Кт 66
в. Дт 66 Кт 50

5.Какие документы необходимо предъявить в налоговую для регистрации индивидуального предпринимательства?
а. заявление, квитанцию об оплате гос. пошлины, ИНН, паспорт
б. ИНН, паспорт, заявление
в. паспорт, заявление

6.Для акционерного общества не характерно …
а. наличие устава

б. риск убытков в размере стоимости акций
в. наличие учредительного договора

7.Сгруппированные в определенном порядке и обобщенные сведения о величине хозяйственных средств и их источников в едином денежном измерителе на конкретный момент времени – это …
а. бухгалтерская отчетность
б. бухгалтерская проводка
в. бухгалтерский баланс

8.Письменное заявление налогоплательщика об объектах налогообложения, о полученных доходах и произведенных расходах, об источниках доходов, о налоговой базе – это …
а. налоговое свидетельство
б. бухгалтерский баланс
в. налоговая декларация

9.Договор – это …
а. соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении прав и обязанностей участников этого соглашения
б. определенный вид управления организацией
в. документальное отражение имущества и обязательств организации

10.Оферта – это …
а. согласие, принятие предложения заключить договор
б. предложение заключить договор
в. отказ в заключении договора

11.К договорам по передаче имущества в собственность не относится …
а. договор купли-продажи
б. договор дарения
в. договор комиссии

12.К натуральным измерителям в бухгалтерском учете не относится …
а. метр
б. рубль
в. штука

13.Что является объектами налогового учета?
а. объекты налогового учета, информация о которых используется более одного отчетного (налогового) периода
б. информация о величине или иной характеристике показателей (значение показателя), определяющих объект учета, отражаемая в разработочных таблицах
в. имущество, обязательства и хозяйственные операции организации, стоимостная оценка которых определяет размер налоговой базы текущего отчетного налогового периода или налоговой базы последующих периодов

14.Выплата единого налога в соответствии с выбранной налоговой базой «доход – расход» по ставке 15% является характеристикой …
а. единого налога на вмененный доход (ЕНВД)
б. упрощенной системы налогообложения (УСН)
в. единым сельскохозяйственным налогом (ЕСХН)

15. Что не является основным средством?
а. компьютер
б. автомобиль
в. готовая продукция на складе

Вариант 2

1. Что не относится к нематериальным активам?
а. квалификация работника

б. логотип
в. программа для ЭВМ

2. Процесс постепенного перенесения стоимости основных средств на себестоимость произведенной с их помощью продукции – это …
а. калькуляция
б. восстановительная стоимость
в. амортизация

3. Себестоимость – это…
а. затраты на расширение и обновление производства
б. сводный количественный и качественный показатель деятельности предприятия, в котором отражены все используемые ресурсы предприятия
в. суммы, начисленные по тарифным ставкам, должностным окладам, сдельным расценкам или в процентах от выручки в соответствии с принятыми у налогоплательщика формами и системами оплаты труда

4.Краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, позволяющее выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения – это …
а. бизнес-план
б. бизнес-идея
в. деловое письмо

5. План маркетинга в бизнес-плане включает в себя …
а. дается краткое описание особенностей технологического процесса изготовления продукции или оказания услуг
б. рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности фирмы и наиболее эффективного использования денежных на основе оценки текущей финансовой информации
в. систему организации деятельности фирмы по разработке, производству и сбыту товаров и предоставлению услуг на основе комплексного изучения рынка и реальных запросов покупателей

6. Перечислите функции маркетинга
а. аналитическая, производственная, сбытовая, управленческая
б. аналитическая, описательная, производственная, контролирующая
в. аналитическая, производственная, функциональная, сбытовая

7. Приведите пример внебюджетного фонда
а. коммерческий банк
б. налоговая инспекция
в. пенсионный фонд

8. Метод расчета себестоимости продукции, который применяется на предприятиях с массовым и серийным характером производства, называется
а. метод ценовых коэффициентов
б. нормативный метод
в. простой метод

9. Такой вид налога, как НДФЛ применяется …
а. для физических лиц в виде 13% от начисленной заработной платы за месяц
б. для юридических лиц в виде 18% от полученной прибыли за отчетный период
в. для физических лиц в виде 13% от стоимости покупки недвижимости

10. Главная задача налогового учета состоит в …
а. формировании полной и достоверной информации о том, как учтена для целей налогообложения каждая хозяйственная операция
б. определении доходов и расходов фирмы
в. определении доли расходов, учитываемых при налогообложении в отчетном периоде

11. Главный документ, отражающий результаты финансовой деятельности предприятия называется - …

а. кассовая книга
б. авансовый отчет
в. отчет о прибылях и убытках

12. Способ группировки затрат и определения себестоимости приобретенных материальных ценностей, изготовления продукции, выполненных работ, оказанных услуг – это …
а. калькуляция
б. амортизация
в. сальдо

13. Договор купли-продажи относится к …
а. к договорам по передаче имущества в собственность
б. к договорам по передаче имущества в пользование
в. к договорам оказания услуг

14. Экономически целесообразный способ определения того, в чем люди нуждаются, чего желают, о чем думают или что делают – это…
а. психологическая диагностика
б. маркетинговое исследование
в. проектная деятельность

15. Маркетинговое исследование, направленное на описание маркетинговых проблем, ситуаций, рынков, например, демографической ситуации и т.д. – это …
а. разведочное исследование
б. описательное исследование
в. казуальное исследование

Вариант 3.

1. Фактическая стоимость создания основных средств – это …
а. среднегодовая стоимость
б. восстановительная стоимость
в. первоначальная стоимость

2. Перечень характеристик, существенных для объекта учета – это …
а. единица налогового учета
б. показатель налогового учета
в. данные налогового учета

3. Если при выбранной налоговой базе 15% «доход минус расход» за отчетный период будет равен нулю, какой налог должно уплатить предприятие?
а. никакой
б. равный 0,5% от дохода
в. равный 1% от дохода

4. Организация оплаты труда, при которой начисления производятся по количеству и качеству фактически отработанного времени…
а. аккордная
б. повременная
в. повременно-премиальная

5. По правовому статусу основные средства делятся на …
а. собственные и арендуемые
б. активные и пассивные
в. производственные и непроизводственные

6. Акцепт – это …
а. согласие, принятие предложения заключить договор
б. предложение заключить договор
в. отказ в заключении договора

7. Метод амортизации основных средств, который предполагает неравномерное начисление амортизации в течение срока полезного использования основных средств – это …
а. неравномерный метод
б. равномерный метод
в. ускоренный метод

8. Определение средних оценок, величин ошибок, степени согласованности мнений респондентов и т.д. в маркетинговом исследовании – это …
а. имитационный метод
б. многомерный метод
в. статистический метод

9. Стоимость воспроизводства основных средств – это …
а. среднегодовая стоимость
б. восстановительная стоимость
в. первоначальная стоимость

10. Маркетинговое исследование, проводимое с целью сбора предварительной информации, необходимой для лучшего определения проблем и выдвигаемых предположений (гипотез)
а. разведочное исследование
б. описательное исследование
в. казуальное исследование

11. Совокупность документов, периодически представляемых в налоговый орган, содержащих информацию о налоговой базе и состоянии обязательств юридического лица или индивидуального предпринимателя перед государством по исчислению и уплате налогов – это …
а. бухгалтерская отчетность
б. налоговая отчетность
в. налоговая документация

12. Содержание договора – это …
а. универсальная правовая форма организации и регулирования экономических связей
б. совокупность условий, определяющих конкретные права и обязанности участников экономических отношений
в. документ, как предусмотренный, так и не предусмотренный законом

13. Бухгалтерский счет – это …
а. то, чем предприятие владеет
б. способ группировки текущего отражения хозяйственного имущества, обязательств и операций
в. финансовые результаты деятельности предприятия

14. Экономически целесообразный способ определения того, в чем люди нуждаются, чего желают, о чем думают или что делают – это…
а. психологическая диагностика
б. маркетинговое исследование
в. проектная деятельность

15. Маркетинговое исследование, направленное на описание маркетинговых проблем, ситуаций, рынков, например, демографической ситуации и т.д. – это …
а. разведочное исследование
б. описательное исследование
в. казуальное исследование

2.2.4Типовые задания

Задание 1.

Методика выполнения:

1. Определиться с выбором товара (услуги).

2. Посредством Интернет подобрать 3 предприятия.
3. В табличной форме сравнить показатели их деятельности.
4. Выбрать лучшего.

Пример параметров для сравнения:

- наименование
- контакты
- место расположения
- ассортимент
- цены
- качество
- дополнительные услуги (гарантийное обслуживание и т. п.)
- имидж (период работы на рынке и т. п.)
- другие показатели

Таблица 1 Сравнение организаций

Наименование товара, услуги	Наименование предприятия	Контакты	Место расположения	Ассортимент	Цена	Качество	Дополнительные услуги	Имидж	Другие...

Задание 2.

Методика выполнения:

1.Кратко описать вид деятельности предприятия (фирмы) — направление деятельности, вид выпускаемой продукции производственные площади, наличие оборудования и т. п.

2.Перечислите возможные виды рисков данного предприятия.

3.Составьте план мероприятий по снижению коммерческих рисков (в соответствии с таблицей).

План мероприятий по снижению рисков _____ (предприятия).

Наименование мероприятия	*Ожидаемый результат от мероприятия*

Задание 3.

Методика выполнения:

Проанализировать виды спроса и на примерах объяснить способы изучения.

Вариант 1: реализованный и неудовлетворенный.

Вариант 2: неудовлетворенный и формирующийся.

Таблица 1. Изучение спроса

Вид спроса	***Спрос 1***	***Спрос 2***
Сущность спроса		
Меры стимулирования спроса		
Примеры		

Задание 4.

Заполните таблицу:

Таблица 1Факторы, влияющие на эффективность предпринимательской деятельности

Факторы повышения эффективности предпринимательских решений	
Название фактора	Пример
Внутренние факторы	
Материально-технические	
Организационно-управленческие	
Экономические факторы	
Социальные факторы	
Внешние факторы	
Рыночно - конъюнктурные факторы	
Хозяйственно-правовые и административные факторы	

Задание 5.
*Заполните таблицу, охарактеризовав один из выбранных продуктов (товаров)*_____

Сильные и слабые стороны товара

№	Постановка вопроса при изучении сильных и слабых сторон товара	Сильные стороны продукции	Слабые стороны продукции
1	Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша продукция?		
2	Изучены ли вами запросы ваших клиентов?		
3	Какие преимущества представляет ваша продукция (услуга) клиентам?		
4	Можете ли вы эффективно довести свою продукцию (услугу) до тех потребителей, на которых она ориентирована?		
5	Может ли ваша продукция (услуги) успешно конкурировать с продукцией (услугами) других производителей в отношении: -качества, надежности, эксплуатационных и др. характеристик? -цены? -стимулирования спроса? -места распространения?		
6	Понимаете ли вы, на какой стадии «жизненного цикла» находиться ваша продукция (услуга)?		
7	Есть ли у вас идеи относительно новых видов продукции?		
8	Обладаете ли вы сбалансированным ассортиментом продукции (услуг) с точки зрения ее существенного разнообразия и степени морального старения?		
9	Проводите ли вы регулярно модификацию вашей продукции в соответствии с запросами клиентов?		
10	Проводите ли вы политику создания новой продукции?		

11	Возможно ли копирование вашей продукции (услуг) конкурентами?		
12	Имеют ли ваши производственные идеи адекватную защиту торговой и фабричной маркой, патентами?		
13	Отслеживаете ли вы жалобы покупателей?		
14	Уменьшается ли количество жалоб и нареканий со стороны покупателей?		

2.2.5 др. методические материалы

Типовые задания для работы в малых группах

Задание 1. «Школа нейл-арта». В начале 2000-х годов Николай М. принял решение открыть студию нейл-арта в городе Ростов чтобы финансово поддержать своих дочерей, уехавших в этот город учиться. Николай уже имел представление об особенности ведения бизнеса в этой сфере: ранее его жена руководила салоном красоты, а сам он осуществлял продажу оборудования для подобных салонов. Компания начала работать только спустя два года. Дочь Николая, Вера М., зарегистрировалась в качестве индивидуального предпринимателя и при поддержке отца арендовала помещение размером в 40 квадратных метров. Салон располагался в спальном районе и первое время в нем работало всего 2 мастера. В его функции входило ни только предоставление услуг, но и обучение мастеров, а так же продажа профессиональных материалов. Однако проходимость была очень низкой, в среднем за неделю компанию посещало 2 клиента, а мастера регулярно увольнялись, не проработав и трех месяцев. Вера была вынуждена реже посещать институт и начать самостоятельно выполнять функции одного из мастеров. Помимо этого, она привлекла свою младшую сестру Катю М., в то время обучавшуюся по специальности «декоративно-прикладное искусство» и имевшую навыки по созданию эскизов. Год спустя сестры начали посещать тематические выставки на которых познакомились с мастерами из другого города и получили от них приглашение по проведению мастер-класса. Так началось активное развитие курсов маникюра и педикюра, количество учеников неуклонно росло: первый курс посещали всего трое учеников, а уже на третий было записано семеро. Ученики начали приезжать из других городов и регионов, занятия начали проводиться каждый день. В 2007-2008 годах Екатериной было написано несколько книг и пособий по дизайну ногтей выпущенных под брендом их школы. Ознакомившись с опубликованными книгами, мастера из других городов обратились в компанию с просьбой на получение разрешения по открытию школы дизайна ногтей в своих городах. Так компания начала обучать инструкторов, которые становились преподавателями в школах дизайна. Вскоре и за границей были открыты школы обучающие по программе компании. В 2011 году сестры запустили свою линию материалов для дизайна ногтей, что повысило число запросов на открытие школ под их брендом до 10-20 в год. Бренд стал официально зарегистрированным и компания запустила собственную франшизу, заменявшую прежнюю схему ведения бизнеса, в которой обучением занимались единичные инструктора-представители компании. Обороты компании превышали 4,5 миллиона рублей из которых 2 приходилось на салон, около миллиона на школы и 1,5 миллиона на продажу материалов различных брендов. Сестры обнаружили, что качество услуг сильно отличались в различных школах сети. Это было обусловлено использованием разных материалов в зависимости от предпочтений мастеров. Было принято решение организовать собственное производство и первыми были выпущены гелевые краски в тюбиках, затем материал, дающий эффект песка на ногтях. После того как число мастеров в салоне достигло 18 человек компания сменила арендуемое помещение на четырехэтажное здание, построенное за счет собственных средств. Компания не совершала инвестиций в рекламу за исключением одного эксперимента, в рамках

которого на местном канале был показан рекламный видео ролик. Результатом эксперимента стало появление небольшого числа клиентов (около пяти человек), которые в свою очередь порекомендовали услуги компании своим родственникам и знакомым. Несмотря на бурное развитие, к 2014 году компания все еще не вышла на положительную прибыль. После обращения в консалтинговую компанию и проведения маркетингового исследования обнаружилось, что ключевой проблемой являются компании копирующие новые продукты, выпускаемые сестрами, и продающие их дешевле. Более того, школы производили большое количество мастеров, которые после обучения работали под иными брендами и использовали материалы других компаний. В 2015 году руководствуясь полученной информацией компания приняла решение развивать дистрибуцию материалов через их продвижение в салонах красоты, и меньше внимания уделять развитию школ и магазинов. В результате следования новой стратегии удалось увеличить долю салонов, использующих материалы компании (в Ростове) с 13% до 60%, маржинальность до 10-20%, а штат менеджеров по продажам был расширен с 3 до 12 человек. На данный момент в компании работает 160 сотрудников, школы компании открыты в 54 регионах России и 17 странах мира. Общий оборот оценивается в 350 млн. рублей в год их которых на школы приходится около 150 млн., а на линейку средств для дизайна ногтей — 200 млн. руб.

Вопросы: 1. Опишите этапы которые прошла компания в своем развитии. 2. Проанализируйте бизнес-модель компании на последнем этапе ее развития. 3. Какие факторы внешней среды повлияли на изменения стратегии компании? 4. Какие еще факторы внешней среды могут повлиять на ее деятельность?

Задание 2. «Внешняя среда компании «ТОП-Игрушка». Московская компания «ТОП-Игрушка» (созданная в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью) основана в 2011 году и занимается производством детских научно-познавательных наборов для творчества и экспериментов. По состоянию на январь 2017 года «ТОП-Игрушка» выпускает 112 артикулов продукции (SKU — Stock Keeping Unit), объединённых в 9 тематических линеек. В каждую линейку продукции входит от 5 до 20 SKU. Накопленная компанией статистика показывает, что основной объём продаж игрушек ежегодно приходится на сезон с сентября по март, поэтому компания приняла решение разработать и запустить в производство новую линейку продукции под общим названием «Юный физик» к концу августа 2017 года. В линейку должны будут войти не менее 15 SKU. Каждый набор состоит из реактивов, лабораторного оборудования и подробной инструкции для проведения опытов из различных разделов физики. Наборы будут интересны детям в возрасте от 5 до 14 лет и их родителям. Компания «ТОП-Игрушка» реализует свою продукцию через традиционные каналы дистрибуции: • специализированные детские сетевые магазины («Детский мир», «Кораблик», «Дочки&Сыночки» и пр.); • крупные гипермаркеты, в которых есть отдел игрушек («Ашан», «Магнит», «Гиперглобус» и пр.); • оптовые компании в регионах России; • частные розничные магазины; • крупные интернет-магазины («Озон», «Юлмарт»). С момента своего создания компания «ТОП-Игрушка» ориентировалась на средний ценовой сегмент и выше. Кризисные явления в экономике и сокращение реальных доходов населения, наблюдаемые с 2014 года, вынудили компанию сфокусировать больше внимания на разработке небольших и недорогих научно-познавательных наборов. Для достижения цели создания наборов в ценовом сегменте ниже среднего было принято решение о сокращении содержательной составляющей игрушек, а также замене некоторых дорогих материалов на более доступные (например, пластик на картон, дерево на фанеру и т.д.). При этом без изменений оставалось высокое качество упаковки, потому что исследования компании показывали, что покупатели при выборе научно-познавательных наборов наиболее часто отдают предпочтение более красочным, не вникая в суть содержимого набора. Оборот компании за 2016 год составил 138 млн руб. (с НДС). Производственная площадка ООО «ТОП-Игрушка» расположена в Московской области. Весь процесс производства продукции делится на 2 больших блока: производство полуфабрикатов (разливка жидких реактивов по флаконам, рассыпка сухих смесей по баночкам, вакуумная формовка ложементов из

полистирольной плёнки и пр.) и сборка готовых наборов. Производство полуфабрикатов происходит на автоматических или полуавтоматических линиях, сборка готовой продукции — полностью ручная. Численность производственного персонала составляет от 25 до 48 человек в зависимости от сезона (и, как следствие, уровня продаж). Из-за сложной экономической ситуации в стране компания «ТОПИгрушка» решила провести исследование внешней среды перед запуском проекта «Юный физик». Бизнес-аналитик Семён Петров по заданию руководства подготовил список факторов воздействия внешней среды, способных оказать влияние как на деятельность компании в целом, так и на реализацию проекта «Юный физик» в частности. Список состоит из 11 пунктов: 1. Изменение курса рубля по отношению к доллару и евро из-за колебания цены на нефть. 2. Реализация планов правительства по увеличению ставки НДС. 3. Ужесточение политики в области сертификации научно-познавательных наборов, приведение требований ГОСТа ЕАЭС к требованиям ЕС. 4. Тенденция к увеличению возрастной группы населения от 5 до 14 лет в среднесрочной перспективе. 5. Массовое банкротство специализированных сетевых магазинов, наблюдающееся с 2014 года. 6. Уменьшение ассортимента комплектующих, используемых для производства наборов, связанное с сокращением числа поставщиков. 7. Активизация российских производителей аналогичной продукции, связанная с политикой импортозамещения. 8. Возможное изменение объёма преподавания курса физики в средней школе в сторону сокращения. 9. Ожидаемый рост уровня безработицы в среднесрочной перспективе. 10. Рост популярности среди целевой аудитории видео-блогов, в которых происходит тестирование продукции. 11. Возможное сокращение обязательств юридических лиц по выплатам в Пенсионный фонд, Фонд обязательного медицинского страхования и Фонд социального страхования за своих работников.

Вопросы: 1. Какие из перечисленных бизнес-аналитиком компании «ТОПИгрушка» Семёном Петровом факторов воздействия внешней среды можно отнести к факторам прямого воздействия, а какие — к факторам косвенного воздействия? 2. Какие из перечисленных факторов будут влиять на компанию в целом, а какие только на проект «Юный физик»? 3. Какие из факторов окажут положительное влияние на деятельность компании, а какие отрицательное? 4. Укажите те факторы, о которых, по вашему мнению, нельзя однозначно сказать, каким образом (положительным или отрицательным) они отразятся на деятельности компании.

Задание 3. «Национальная инновационная система Финляндии» Финляндия стала первой страной, принявшей концепцию национальной инновационной системы как основного элемента политики в сфере науки и технологий. Вас, как эксперта одного из российских институтов развития попросили изучить особенности национальной инновационной системы этой страны и подготовить через 2 недели небольшой доклад, о том, какие элементы финской НИС могут быть использованы при построении и совершенствовании национальной инновационной системы в России. Вы собрали довольно много информации, обобщая которую можно сделать несколько выводов. Ключевую роль в НИС Финляндии играют Академия наук Финляндии, Национальное агентство по технологиям и инновациям Финляндии (TEKES), государственные и частные исследовательские организации, агентства трансфера технологий и поставщики капитала. TEKES — агентство, подведомственное Министерству торговли и промышленности Финляндии, поддерживает малые инновационные компании грантами и беспроцентными инвестиционными кредитами, финансирует проекты в области прикладной науки исследовательских институтов и университетов, а также координирует международное сотрудничество в сфере науки и технологий. Совокупные расходы государственных исследовательских организаций составляют 30% от общих национальных расходов на научные исследования. Расходы частного сектора составляют 2% от ВВП, но постоянно увеличиваются. В Финляндии существуют крепкие связи между научно-исследовательскими программами бизнеса, университетов и исследовательских институтов. В Финляндии существует крупная сеть частных и государственных поставщиков капитала для инновационных проектов. Либерализация финансового рынка привела к

появлению энергичного венчурного капитала, и теперь треть всех прямых инвестиций в Финляндии направляется в информационно-коммуникационные технологии. Крупный государственный фонд SITRA обеспечивает капиталом старт-апы, всегда в качестве миноритарного инвестора, а также сводит малые инновационные компании с бизнес-ангелами. SITRA предоставляет финансирование для исследовательских проектов в существующих малых и крупных компаниях, участвует в финансировании зарубежных венчурных фондов. Государственный инновационный фонд SITRA проводит экспертизу инновационных проектов, предоставляя полученные данные венчурным фондам, а также организует обучающие программы. 1 NATIONALINNOVATIONSYSTEMS: FINLAND, SWEDEN&AUSTRALIACOMPARED, Australianbusinessfoundation, 2005 Фундаментальные исследования финансируются Академией наук Финляндии и университетами. Прикладные исследования центрами трансфера технологий, министерствами, VTT и TEKES. TEKES выступает в роли посевного инвестора, распределяя основные бюджетные средства, выделяемые на прикладные исследования. Развитие бизнеса, маркетинг, интернализацию инноваций финансируют бизнес ангелы и венчурные инвесторы. Инвестиции в инновационные проекты, как правило, совершаются совместно несколькими институтами, главным инвестором выступают университеты. В соответствии с правительственной программой в дальнейшем финансирование возрастёт по линии Академии Финляндии: инвестиции будут сфокусированы на стратегических центрах науки, технологии и инноваций, имеющих ключевое значение для развития финского общества, бизнеса и промышленности, а именно в сфере энергетики и защите окружающей среды; металлопродукции и машиностроения; лесной отрасли; здравоохранения; информационной и коммуникационной индустрии. Данные центры призваны обеспечить координацию рассредоточенных исследовательских ресурсов в стране и за рубежом. Государство играет важную роль в выработке стратегии и подготовке программ, направленных на повышение инновационной активности малого, среднего и крупного бизнеса. Важная особенность финской НИС это роль Совета по политики в области науки и технологий (STPC), возглавляемого Премьер министром страны. Совет является координирующим органом между министерствами при выработке политики в области науки и технологий, организует площадку для дискуссий между министерствами, промышленностью, инвестиционными фондами, университетами и другими участниками инновационного процесса, разрабатывает единую политику в области инноваций. Результат государственных программ по поддержке малых и средних инновационных компаний оценивается их влиянием на создание новых рабочих мест, рост экспорта, увеличение товарооборота. Продажи инновационных продуктов генерируют фонды государственных инновационных агентств (SITRA, Industry Investment Ltd.) В Финляндии сильно развита региональная инновационная система. По всей стране существуют региональные центры инноваций, куда входят университеты, центры трансфера технологий, технопарки, центры экспертизы. Технопарки инициировали появление инкубаторов технологий, бизнес инкубаторов и развитие проектов spin off . В инкубаторах широко применяется система «отслеживания», которая способствует перетоку знаний из лабораторий в фирмы — «вскармливатели». Переток знаний сопровождается особой системой привилегий: участие в предпринимательских тренингах, гарантии участия в престижных грантах TEKES, возможность финансирования через государственные фонды SITRA, Industry Investment. В Финляндии использованы две модели инкубаторов: исследовательский кластер (Viiki Biocentre), в который входят более 70 исследовательских групп по микробиологии, и инкубатор для старт-апов (Innopoli/Oteniemi), где компании проходят всю цепочку от исследований до коммерциализации технологий. Обе модели работают в структуре университетов, но используют разные принципы работы и связей, с международными и местными компаниями. Особенностью НИС Финляндии также является создание кластеров промышленных логистических цепочек, построенных на связях между технопарками, фирмами и инвестиционными фондами. С помощью TEKES были выстроены вертикальные кластеры (сети) между крупными компаниями и поставщиками и субконтратерами, в том

числе и исследовательскими институтами и университетами. По опросам 40% инновационных компаний сотрудничали с университетами или государственными исследовательскими институтами. Для содействия специализации и позитивным внешним эффектам необходимо способствовать развитию связей, потоков знаний и диффузии технологий внутри кластеров. Для бизнеса подобное сотрудничество весьма выгодно: объединяясь с наукой, он получает поддержку государства в лице агентства TEKES на собственное развитие. Финскую НИС также отличает высококвалифицированный труд. С начала 1980х годов крупные компании, в частности Нокиа (сейчас Microsoft), совместно с университетами вкладывали средства в образовательные программы и специализированные тренинги, организовывали стажировки студентов. Также мы нашли.

Вопросы: 1. В чем состоят особенности национальной инновационной системы Финляндии? 2. Перечислите основные программы, инициированные Финляндией в последние годы, призванные служить улучшению предпринимательской среды этой страны. 3. В чем проявляется новая роль университетов в Финляндии? 4. В чем особенность государственной политики Финляндии по работе с регионами? 5. Как организация TEKES помогает развитию инновационных технологий в стране? 6. В чем особенность бизнес-инкубаторов, создаваемых в Финляндии? 7. Какие субъекты являются основными инвесторами в Финляндии? 8. Сколько инновационных компаний сотрудничали с университетами или государственными исследовательскими институтами.

Задание 4. Венчурный проект: интернет-портал объявлений Avito.ru. Avito — интернет-сайт для размещения платных и бесплатных объявлений о товарах и услугах от частных лиц и компаний. Товары могут быть как новыми, так и бывшими в употреблении. Также на Avito размещаются объявления по поиску работы и о существующих вакансиях на рынке труда. Всего на сайте по состоянию на конец 2015 года насчитывалось более 31 млн. активных объявлений. По данным TNS, ежемесячная аудитория интернет-портала превышает 25 млн. уникальных посетителей; кроме того, более 9 млн. пользователей заходят на Avito с мобильных устройств. Основную часть доходов компании приносит реклама на сайте. Аналитики Goldman Sachs назвали Avito самым быстрорастущим сервисом по размещению объявлений в мире. По итогам 2014 г. выручка компании составила 76,5 млн. долл. (+76% по отношению к аналогичному показателю 2013 г.), в 2015 г. — 83,7 млн. долл. (+55%), а к 2018 году, по мнению аналитиков, показатель достигнет 300 млрд. долл.1 Сайт Avito.ru содержит 10 категорий объявлений: Авто, Недвижимость, Работа, Услуги, Личные вещи, Для дома и дачи, Бытовая электроника, Хобби и отдых, Животные, Для бизнеса. Кроме того, сайт имеет несколько сервисов для бизнеса: • Магазины — данный сервис позволяет открыть на Avito собственный «магазин». Функционал сервиса рассчитан на компании и частных предпринимателей; • Промо — сервис позволяет создать рекламу, направленную на конкретную аудиторию сайта; 1 http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/03/15/633622-avito-viruchku • Контекст — сервис для привлечения покупателей с Avito на страницы интернет-магазинов с помощью контекстной рекламы; • CheckOut — логистический сервис, агрегирующий услуги различных служб доставки; • ActiAgent — инструмент для работы агентов и брокеров. Позволяет управлять своей базой, размещать и отслеживать объявления на площадках, вести клиентов. Головной офис компании ООО «КЕХ еКоммерц», владельца сайта Avito, расположен в Москве. Численность персонала по состоянию на 2015 год составляла 770 человек. Руководство компании: • Филип Энгельберт — управляющий директор (CEO) группы и сооснователь компании; • Йонас Нордландер — генеральный директор и сооснователь компании; • Кристоффер Норман — операционный директор; • Владимир Правдивый — исполнительный директор. Сайт Avito был создан 15 октября 2007 года. Основателями компании являются Йонас Нордландер и Филип Энгельберт. Идея создать собственный бизнес появилась у Йонаса еще в 1998 году. Спустя год он вместе с друзьями открыл интернет-аукцион Tradera.com, который в 2006 году был продан компании Ebay за 48 млн. долл. В 2007 году Йонас по приглашению Юрия Мильнера, совладельца комании Digital Sky Technologies, посетил Россию и увидел в ней перспективный рынок с большим

потенциалом развития, даже несмотря на небольшие показатели проникновения интернета в стране на тот момент (в пределах 20-25 %). Вернувшись в Швецию, Йонас начал встречаться с инвесторами и продвигать идею создания сайта объявлений. Одним из заинтересовавшихся идеей инвесторов стал Филип Энгельберт, на тот момент работавший в компании, купившей справочники Yellow Pages. Йонас и Филип объединили усилия и вместе создали Avito. Запущенный в 2007 году сайт Avito.ru специализировался на товарах повседневного спроса. Также, помимо публикации объявлений, на сайте того времени присутствовала возможность размещения аукционов. Уже в 2009 от этой функции было решено полностью отказаться — вместо этого все внимание руководства компании сфокусировалось на работе с объявлениями. В том же году на Avito появляется сервис «Магазины», позволяющий размещать на сайте витрины для товаров. В 2010 ежемесячная аудитория сайта расширилась до 10 млн. уникальных посетителей. Компания получила инвестиции в размере 26 млн. долл. от шведского концерна Investment AB Kinnevik и фон- Тема 3. Бизнес-модель как источник конкурентного преимущества 51 да Northzone Ventures. По оценкам экспертов, большая часть этих инвестиций — около 21,5 млн. долл. — была внесена Investment AB Kinnevik. 10,8 млн. долл. из этой суммы были ранее выданы компании в виде кредита1 . В 2011 были запущены мобильная версия сайта и мобильное приложение. Сервис «Магазины» расширился, появилась возможность создания частных магазинов. Компания реализовывала аналогичные проекты и в других странах постстветского пространства: так, на украинском рынке был запущен проект torg.ua, позднее объединенный с OLX.ua. В 2012 году еженедельное количество посещаемых страниц превысило 700 млн., а еженедельное число пользователей выросло до 10 млн. Портал вошел в ТОП-5 самых посещаемых ресурсов русского сегмента интернета после Вконтакте, Одноклассников, Mail.ru и Яндекса. На сайте были запущены разделы «Avito Авто» и «Avito Недвижимость». В том же году благодаря уверенному и быстрому росту компании удалось привлечь дополнительные 75 млн. долл. инвестиций от Accel Partners и Baring Vostok Private Equity Fund. По словам представителей компании, средства были направлены на дальнейшее развитие бизнеса во всех регионах России и привлечение к работе в компании экспертов мирового уровня.2 В 2013 году произошло слияние Avito и ресурсов OLX.ru и Slando.ru, принадлежащих южноафриканскому холдингу Naspers, под одним брендом — Avito.3 Взамен Naspers получил 18,6 % компании. Холдинг инвестировал в Avito 50 млн. долл. В том же году состоялся запуск совместного проекта Avito и компании Korbitec, входящей в группу Naspers, — сайта объявлений о недвижимости Domofond.ru. Решение о развитии нового портала было связано с намерением создать специализированный сайт объявлений федерального масштаба. Avito вошла в ТОП-5 российских работодателей по итогам исследования «Best Employers Study».4 Компания также заняла 10-е место в рейтинге крупнейших интернет-компаний в России по версии Forbes. 3 июля 2015 года состоялся запуск сервиса контекстной рекламы «Avito Контекст». С весны 2015 на сайте началось введение оплаты за размещение объявлений в определенных категориях в ряде городов, сначала тестовое, а позже — более широкое. Целью нововведения было заявлено улучшение качества публикуемых объявлений и борьба с недобросовестными сообщениями на сайте. При этом для обычных пользователей в популярных категориях (недвижимость, автомобили, электроника, животные) остается возможность бесплатного размещения ограниченного количества объявлений, например одного или до 10 в месяц в зависимости от раздела. В отдельных категориях доступны только платные объявления. Также имеются ограничения на количество бесплатных объявлений или на сроки их размещения. 23 октября 2015 года медиахолдинг Naspers подписал соглашение о приобретении контрольного пакета акций компании Avito, увеличив свою долю с 17,8 % до 67,9 % посредством полного выкупа долей у фондов Kinnevik (владел 31,2 %), Accel Partners (4,3 %), Northzone (5,7 %) и приобретения акций у Baring Vostok и основателей. Naspers — южно-африканская медиагруппа, штаб-квартира которой расположена в Кейптауне. Основана в 1915 году под названием De Nasionale Pers. Является крупнейшей по капитализации (около 70 млрд. долл.) компанией ЮАР. Специализируется на медиа-активах и интернет-сервисах. Новое распределение долей в бизнесе: Naspers — 67,9%, шведская Vostok Nafta (Vostok New

Ventures) — 13,3% (не участвовала в сделке), Baring Vostok — 4,2%, основатели, менеджмент и другие акционеры — 14,6%. По итогам сделки Naspers получил четыре места из семи в совете директоров Avito, остальные будут заняты представителями фондов Baring Vostok и Vostok New Ventures и Йонасом Нордландером. Сумма сделки составила 1,2 млрд. долл., Таким образом, вся Avito была оценена в 2,38 млрд. долл. С учетом долга компания оценена в 2,7 млрд. долл.1 По данным из открытых источников, продажа 31% Avito принесла Kinnevik прибыль 734 млн. долл., в 16 раз выше проинвестированной в проект суммы. В сообщениях Vostok New Ventures отмечается, что сделка увеличит оценку доли фонда в Avito приблизительно на 37%, что позитивно отразится на общей стоимости активов. Сделка по покупке Naspers столь крупного пакета акций Avito не только стала настоящей сенсацией на стагнирующем российском рынке венчурных инвестиций, но и, по сути, сделала его: согласно отчету PwC, суммарная стоимость выходов в 2015 году увеличилась более чем в два раза и составила 1573,5 млн. долл. США по сравнению с 731,5 млн. долл. США в 2014 году. При этом около 76% общей суммы пришлось на выход Accel Partners, Kinnevik и Northzone из Avito. Если исключить эту сделку из расчётов, то стоимость выходов в 2015 году по сравнению с 2014 годом сократилась почти вдвое. В качестве основных причин для совершения южноафриканской компанией этой сделки можно выделить следующие:1 1. Прибыльность бизнеса и лидерство Avito на рынке. Avito — крупнейший игрок на рынке онлайн-объявлений о продаже товаров и услуг в России. Больше половины трафика идет с мобильных устройств, утверждают в пресс-релизе Naspers. В мировом рейтинге Alexa по посещаемости у Avito.ru — 197-е место. На Avito можно продать автомобиль, недвижимость, любые бытовые товары, а также искать работу и размещать объявления об услугах — компания зарабатывает на размещении платных объявлений и обычной рекламе. В 2014 году выручка компании составила 76,5 млн. долл. (рост год к году — 76%), EBITDA — 38,7 млн. долл. Если предположить, что сделка обсуждалась больше года, бизнес Avito оценили с мультипликатором 70х к показателю EBITDA по итогам 2014 года.2 В оценке компании заложена премия Naspers за приобретение контрольного пакета и за то, что покупается, по сути, монополист — у сервиса «Из рук в руки», который можно считать второй по посещаемости доской объявлений, только 5,2 млн. уникальных посетителей в месяц (по статистике TNS). Боб Ван Дейк, гендиректор Naspers, несколько раз подчеркивал, что компания предпочитает проекты с проверенной бизнес-моделью, которые могут стабильно приносить деньги, если ими хорошо управлять. Менеджмент Naspers также не раз подчеркивал: рост проникновения интернета в России и рост электронной коммерции — главное, что привлекает Naspers в Avito. 2. Влияние изменений в экономике, обусловленных кризисными явлениями. В непростые времена люди начинают экономить, и это подстегивает спрос на подержанные товары: например, зафиксирован рост продаж подержанных машин. Российские игроки венчурного рынка полагают, что данные явления подстегнули Naspers перейти к конкретным шагам. 3. Фактор BRICS Naspers, возможно, меньше боится сложностей на российском рынке, чем европейские инвесторы. «Это южноафриканская компания, у них все-таки лучше отношение к риску, чем у обычных западных инвесторов. Я думаю, что это как раз та причина, по которой покинули проект шведы — предположил в одном из интервью Герман Каплун, управляющий партнер TMT Investments. — Naspers в России давно, она из страны, с которой мы не конфликтуем, и это ее сильное преимущество». 4. Перспектива IPO. В портфеле Naspers есть и другие онлайн-площадки объявлений. Самая крупная из них — OLX, она доступна более чем в сотне стран, и все ее сайты суммарно получают около 240 млн. уникальных посетителей в месяц. В другой такой же сервис, Dubizzle.com, работающий в 11 странах (в основном в Африке и на Ближнем Востоке), Naspers инвестировала в 2013 году, получив 25% компании, а год спустя расширила пакет в проекте до контрольного. Наконец, в сентябре 2015 года Naspers инвестировала 100 млн. долл. в мобильное приложение для объявлений о продаже вещей LetGo, которое было запущено одним из сооснователей OLX и к моменту сделки получило больше 2 млн загрузок. С LetGo Naspers нацелилась на американский рынок, заявили представители компании в

интервьюTechCrunch. Есть предположение, что расширение участия в Avito за столь внушительную сумму для Naspers — попытка получить еще один хороший актив, объединить все площадки объявлений и вывести эту группу через несколько лет на биржу. 5. Фактор Mail.ru. У Naspers есть доля в крупнейшем интернет-холдинге России, Mail.ru Group. Эта компания также хотела занять место на рынке онлайн-объявлений, но ее собственный проект, Molotok.ru, летом 2015 года прекратил работу. Известно также, что Mail.ru приценивалась к Avito, но до сделки дело так и не дошло. Нельзя исключать в дальнейшем реализацию некоторых новых проектов с участием Mail.ru, Avito и Naspers. В любом случае следует отметить, что основателям проекта — Йонасу Нордландеру и Филип Энгельберту — удалось правильно определить тренд и найти крайне перспективную нишу на развивающемся и растущем рынке. Резюмируя данную сделку, следует отметить, что покупка Naspers контрольного пакета акций Avito.ru, по сути, является одновременно долгосрочной инвестицией с учетом возможностей по развитию бизнеса (для Naspers) и успешным выходом (для венчурных фондов Kinnevik (цена продажи своей доли — 846 млн. долл., прибыль — около 800 млн. долл.) и Northzone Ventures (цена продажи своей доли — 155 млн. долл., прибыль — около 130 млн. долл. — 150 млн. долл.)). Ожидается, что в период рецессии на мировых рынках и спада российской экономики стратегической целью Naspers может стать увеличение и закрепление рыночной доли в расчете на последующий экономический рост.

Вопросы: 1. В чем особенность существующей бизнес-модели компании Avito? 2. Определите ключевые преимущества данной модели. 3. На ваш взгляд, каким может быть развитие данной бизнесмодели? 4. Используя канву ценностного предложения, предложенную Питером Томпсоном, сформулируйте ценностное предложение для потребителя компании Avito. 5. Проанализируйте по блокам бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х.Кагерманн ключевые ресурсы, ключевые процессы, процессы монетизации и специфику генерирования прибыли компании Avito.

Защита индивидуального проекта

«Разработка и презентация бизнес идеи»

Цель разработки: Кратко изложить сущность, предлагаемой бизнес идеи.

1.Выполните разработку в программе MicrosoftPowerPoint

Структура бизнес-идеи:

СЛАЙД 1	Титульный лист: -наименование бизнес – идеи -автор -номер группы -логотип виртуальной фирмы
СЛАЙД 2	Цель проекта: -получение банковского кредита. - получение инвестиций. - создание стратегических союзов. - получение большого контракта.
СЛАЙД 3	Наименование продукта (услуги): -функции -назначение продукта (услуги) -фото
СЛАЙД 4	Преимущества перед аналогичными продуктами (услугами конкурентов): - профессиональная команда - быстрые сроки доставки - индивидуальный подход к клиенту - система скидок - высокий уровень обслуживания

	и др. -фото
СЛАЙД 5	Потребность в ресурсах для реализации бизнес идеи: - здание - оборудование - мебель - сырье и материалы - трудовые ресурсы - финансы -фото
СЛАЙД 6	Целевой потребитель продукта:Целевая аудитория — группа людей, объединенная товаром и (или) услугой — покупатели, потребители, потенциальные потребители и лица, способные оказать влияние на решение о покупке. - возраст - пол - доход -географическое местоположение -фото
СЛАЙД 7	Предлагаемая система продаж:Кто те клиенты, которые будут давать вам основную прибыль? Где их искать? Почему они купят именно у вас? Как им продавать? Виды рекламы: -Реклама в средствах массовой информации; - Наружная реклама(билборды, штендеры,вывески магазинов); -Реклама на транспорте; -Реклама на местах продаж (вывески, витрины, фирменные ценники, манекены и т.д.); - Печатная реклама: проспекты;каталоги продукции;плакаты;листовки;открытки;календари; планшеты;брошюры;визитные карточки; -Прямая реклама:реклама по почте (directmail); рекламные материалы, вручаемые лично, информационные письма; реклама по телефону; реклама по принципу "в каждую дверь"; раздаваемые бесплатно рекламные газеты, листовки, сувениры - Реклама в интернете -фото
СЛАЙД 8	Возможные риски: - технические -экономические -политические -управленческие -коммерческие -экологические -природные т.д. -фото

Презентуйте бизнес - идею.Подготовить доклад с кратким изложением цели и основных пунктов презентации из расчета на 4-5 минут. Быть готовым к ответам на вопросы по существу излагаемого материала.

2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»

2.3.1 Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине«Основы предпринимательской деятельности»

1. . Понятие и содержание предпринимательства
2. Цели, принципы и основные свойства предпринимательства.
3. Основные функции организации предпринимательской деятельности.
4. Характерные черты современного российского предпринимательства.
5.Классификация основных видов предпринимательства. Характеристика производственного предпринимательства.
6. Посредническое и финансово-кредитное предпринимательство. Их характеристика.
7. Характеристика субъектов предпринимательской деятельности; физические и юридические лица.
8. Гражданско-правовая характеристика индивидуального предпринимателя.
9. Права и обязанности индивидуальных предпринимателей, их личностные характеристики
10. Система мотивов развития предпринимательства.
11. Сущность предпринимательской среды, ее влияние на развитие предпринимательства. 12. Характеристика внешней и внутренней предпринимательской среды.
13. Характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Простые и сложные организационно-правовые формы.
14. Хозяйственные товарищества: их основные виды, характеристика, особенности.
15. Производственные кооперативы: их характеристика, особенности функционирования. 16. Хозяйственные общества: их характеристика, виды.
17. Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Характеристика, особенности функционирования.
18. Сущность малого предпринимательства. Критерии отнесения субъектов рыночной экономики к малому предпринимательству.
19. Роль малого предпринимательства в рыночной экономике.
20. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.
21. Приоритетные направления развития и формы государственной поддержки малого предпринимательства.
22. Налогообложение малых предприятий.
23. Основные этапы создания собственного дела.
24. Источники предпринимательских идей и методы их отбора.
25. Источники средств для формирования уставного капитала при создании собственного дела
26. Характеристика учредительных документов. Устав и учредительный договор, структура и содержание.
27. Разработка бизнес-плана при создании собственного дела. Структура и содержание.
28. Формы организации собственного дела: покупка готового бизнеса, использование при создании лизинга, франчайзинга.
29. Порядок государственной регистрации нового предприятия.
30. Лицензирование и сертифицирование предпринимательской деятельности.
31. Система взаимоотношений предпринимателей с партнерами
32. Сделки: виды, характеристика, порядок реализации.
33. Договора: виды, содержание, порядок заключения.
34. Лизинг как форма предпринимательства. Виды лизинговых договоров.
35. Сущность и содержание договоров франчайзинга и факторинга.
36. Ответственность предпринимателей за нарушение договорных обязательств.
37. Сущность предпринимательского риска.
38. Факторы возникновения предпринимательского риска.
39. Классификация видов предпринимательского риска
40. Методы и способы минимизации предпринимательского риска.

41. Сущность культуры предпринимательства, ее основные элементы.
42. Деловая этика предпринимателей.
43. Ответственность предпринимателей, сущность, значение, формы.
44. Виды и формы ответственности.
45. Возможные причины и формы прекращения предпринимательской деятельности. Несостоятельность (банкротство) организации. Процедуры банкротства. Ликвидация организации.

2.3.2Примерное тестовое задание к экзаменупо дисциплине«Основы предпринимательской деятельности»

1.Организационно-правовая форма при патентной системе налогообложения:
а)Только ООО;
б)Только ИП;
в) ООО и ИП;
г) ООО и ИП, кроме организаций, доля в которых других организаций >25%, а также категории крупнейших налогоплательщиков.

2.В уставе предприятия должны быть отражены:
а)Организационно-правовая форма коммерческой организации, предмет и виды деятельности, ответственность участников за нарушение обязанностей по внесению уставного капитала, состав и компетенция органов управления, порядок принятия ими решения, условия ликвидации и реорганизации предприятия;
б)Организационно-правовая форма коммерческой организации, адрес предприятия, предмет и виды деятельности, ответственность участников за нарушение обязанностей по внесению уставного капитала, состав и компетенция органов управления, порядок принятия ими решения, порядок распределения прибыли и покрытия убытков, условия ликвидации и реорганизации предприятия;
в)Организационно-правовая форма коммерческой организации, адрес предприятия, предмет и виды деятельности, размер УК, ответственность участников за нарушение обязанностей по внесению уставного капитала, состав и компетенция органов управления, порядок принятия ими решения, порядок распределения прибыли и покрытия убытков, условия ликвидации и реорганизации предприятия.

3. Какой документ НЕ надо предоставлять для государственной регистрации:
а)Документы о назначении руководителя и главного бухгалтера;
б)Утвержденный устав;
в)Нет правильного ответа .

4.К моменту создания организации должно быть сформировано не менее … % ее уставного капитала:
а)25%;
б)50%;
в)80%.

5.Решение о выдаче лицензии или об отказе в этом должно быть принято в течение … со дня получения документов:
а)2-х недель;
б)30 дней;
в)60 дней.

6.Сделка - :
а)Это коммерческий обмен ценностями (для получения прибыли) между партнерами или объединение их усилий для достижения коммерческой выгоды;
б)Это предоставление на основе договора одной стороной, именуемое консультантом, другой стороне, именуемые заказчиком, комплекса или отдельных видов инженерно-технических услуг;

в)Это оказание услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и их учету и переходу прав на ценные бумаги.

7.Договор купли-продажи -

а)Это основной вид договоров, применяемых в сфере предпринимательской деятельности. По договору одна сторона (продавец) обязуется передать вещь в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять товар и уплатить за него определенную денежную сумму денег;

б)Если договор, по которому предприниматель-поставщик обязуется передать покупателю в условленный срок товары для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, в домашнем и иным подобным использованием;

в) Это соглашение между сторонами, являющимися субъектами предпринимательской деятельности, или с участием предпринимателям об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей связана с предпринимательской деятельностью;

г)Это договор, по которому одна сторона (комиссионер) по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершать сделки от своего имени, но за счёт комитента.

8.Основной капитал организации составляют:

а)Основные средства, нематериальные активы и вложения во внеоборотные активы, расходы будущих периодов;

б) основные средства, нематериальные активы и вложения во внеоборотные активы;

в)Основные средства, вложения во внеоборотные активы.

9.Организации могут использовать специальные налоговые режимы

а)Единый сельскохозяйственный налог, упрощенная система налогообложения, система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход, патентная система налогообложения;

б)Единый сельскохозяйственный налог, упрощенная система налогообложения, система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход;

в) Единый сельскохозяйственный налог, система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход, патентная система налогообложения;

г) Упрощенная система налогообложения, система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход, патентная система налогообложения.

10.Инновационное предпринимательство - это :

а)Традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов, управление объемами производства, где задействованы внешние факторы и внутренние факторы по выявлению резервов фирмы для повышения рентабельности, обновления номенклатуры выпускаемой продукции.;

б)Модель предпринимательской деятельности, связанная с новаторством;

в) Рисковый бизнес, одна из форм технологических нововведений;

г)Самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научного обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции.

11.В резюме бизнес-плана указываются:

а)Название предприятия, цель и задачи проекта, показатели проекта (необходимый капитал, результаты, эффективность), гарантии возврата;

б)Суть проекта, срок начала и завершения проекта, организационно-правовая форма, месторасположение, банковские реквизиты;

в)Данные о закупках, финансовые показатели, количество работников на предприятии, предполагаемая продукция.

12. Некоммерческие организации - это

а)Организации, имеющие право заниматься предпринимательской деятельностью, если это необходимо для реализации уставных целей, а прибыль используется для развития предприятия и не распределяется между участниками;

б)Организации, учреждения, предприятия, фирмы, выступающие в качестве единого самостоятельного носителя прав и обязанностей;
в)Участники, которые занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом.

ВИЭПП