

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.09.2025 10:42:26
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет
кафедра финансово-экономического и бизнес-образования

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «12» марта 2025г. №9
Заведующий кафедрой  М.Н. Лавров

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине
Бизнес-планирование

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль

Управление малым бизнесом

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Москва

2025

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
ДПК-2. Способен управлять бизнес-процессами, подготавливать комплекс документации, осуществлять контроль за реализацией бизнес-планов, координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
ДПК-5. Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, принимать решение о создании новых предпринимательских структур.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
ДПК-6. Способен участвовать в управлении бизнес-проектом посредством применения инструментов деловой коммуникации, бизнес-анализа, а также формирования и представления бизнес-плана.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

2. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
УК-10	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов и субъектов рыночной экономики. Уметь: определять цели принимать решения в различных сферах экономической деятельности.	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная	Знать: основные элементы процесса стратегического планирования. Уметь: определять	Устный опрос, тест	Шкала оценивания устного опроса Шкала

		ая работа	конъюнктуру рынка. Владеть: методами выбора объекта предпринимательской деятельности		оценивания теста
ОПК-4	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: принципы и этапы планирования предпринимательской деятельности. Уметь: классифицировать виды планирования.	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основные элементы бизнес-планирования. Уметь: определять предмет и объекты бизнес-планирования. Владеть: методами определения целей и подцелей процесса бизнес-планирования	Устный опрос, тест	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания теста
ДПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: 1) организационно-правовые формы хозяйственных субъектов; 2) общее описание и требования к разработке бизнес-плана. Уметь: обосновывать выбор организационно-правовой формы предприятия.	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления. Уметь: 1) определять цели бизнес-планирования и оценивать перспективность развития бизнес-линий; 2) определять достоинства и недостатки организационных структур управления. Владеть: навыками составления основных регламентирующих документов организации	Устный опрос, тест	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания теста
ДПК-5	Пороговый	1. Работа на	Знать: информационные	Устный	Шкала

		учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	технологии для аналитических исследований. Уметь: формулировать основные этапы разработки моделей бизнес-процессов.	опрос	оценивания устного опроса
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: выбирать ассортиментную политику организации. Уметь: классифицировать рынки сбыта товаров. Владеть: методами анализа внешней и внутренней среды организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.	Устный опрос, тест	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания теста
ДПК-6	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основные функции бизнес-плана. Уметь: определять адресность бизнес-плана.	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: информационные технологии для аналитических исследований. Уметь: формулировать основные этапы разработки моделей бизнес-процессов. Владеть: основными технологическими процессами бизнес-планирования.	Устный опрос, тест	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания теста

3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПВО

Примерный перечень тем для устного опроса

1. Перечислите основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности и дайте им характеристику.
2. Что представляет собой планирование как наука, вид деятельности и искусства?
3. Чем отличаются понятия «организация», «предприятие», «фирма», «компания»?
4. Перечислите критерии классификации видов планирования.
5. Дайте характеристику основных этапов планирования.

6. В чем заключается содержание контроля за ходом и итогами выполнения плана?
7. Какие основные признаки и содержание предпринимательской деятельности вы знаете?
8. Перечислите основные цели процесса бизнес-планирования.
9. Что является предметом и объектом бизнес-планирования?
10. Раскройте содержание понятий «бизнес-процесс» и «проект».
11. Каких основных принципов необходимо придерживаться в процессе планирования?
12. Что представляют собой и чем отличаются интуитивные и формализованные методы планирования и прогнозирования?
13. Охарактеризуйте используемые на практике методы планирования.
14. От чего зависит выбор формы и метода планирования?
15. Перечислите основные требования к разработке бизнес-плана.
16. Какие типы и виды бизнес-планов вы знаете?
17. В каких случаях и для кого составляются бизнес-планы?
18. Что является ключевыми составляющими для любого бизнес-плана?
19. Перечислите основные разделы бизнес-плана.
20. Какие методы используются при анализе внешней среды?
21. Расскажите, какие факторы рассматриваются в процессе SWOT-анализа.
22. Раскройте краткое содержание информации, дающей представление о проекте.
23. Какова последовательность описания возможностей предприятия?
24. Охарактеризуйте базовые стратегии развития предприятия.
25. Что представляют собой основные цели среднего типичного предприятия?
26. В чем заключается система правил SMART, используемая при определении целей предприятия?
27. Раскройте краткое содержание раздела «Описание продукта».
28. Какие основные факторы определяют спрос на товары и услуги?
29. На какие группы подразделяется продукция предприятия в зависимости от уровня конкуренции?
30. Охарактеризуйте основные стадии жизненного цикла товара.
31. Какие основные типы обозначения товарных марок используются в настоящее время?
32. Раскройте краткое содержание раздела «Оценки рынков сбыта продукции».
33. Перечислите критерии классификации типов рынков.
34. В чем заключается анализ потребительского рынка при оценке конъюнктуры?
35. По каким параметрам проводится анализ характеристик покупателя?
36. Какой комплекс стратегических решений используется после распределения товаров предприятия по группам?
37. Раскройте краткое содержание раздела, посвященного конкуренции на рынках сбыта.
38. По каким параметрам осуществляется анализ поведения конкурентов?
39. Какие факторы используются при сравнительной характеристике аналогов продукции предприятия?
40. В чем заключается основная идея стратегии фокусирования?
41. Охарактеризуйте наиболее часто применяемые типовые конкурентные стратегии.
42. Раскройте краткое содержание раздела, посвященного планированию производства.
43. Какие варианты по увеличению производственных мощностей может осуществить предприятие в случае их недостаточности?
44. Как осуществляется расчет потребности предприятия в материальных ресурсах?
45. Какие формулы используются для расчета основных параметров производственной программы?
46. Какие показатели затрат учитываются при составлении сметы расходов на производство?
47. Раскройте краткое содержание раздела, посвященного правовому обеспечению деятельности предприятия.
48. Что представляет собой организационно-правовая форма организации?
49. Назовите основные виды коммерческих организаций в соответствии с российским законодательством.
50. Перечислите существующие способы реорганизации предприятий и их особенности.

51. Раскройте краткое содержание раздела, посвященного финансовой деятельности предприятия.
52. Что входит в систему планово-отчетных документов предприятия?
53. Какие основные финансовые показатели характеризуют эффективность деятельности предприятия?
54. Каким образом рассчитывается уровень самокупаемости производства?
55. Какие факторы определяют финансовую стратегию предприятия?
56. Раскройте понятие и сущность инвестиционной деятельности предприятия.
57. Какие основные показатели используются при анализе инвестиционных проектов?
58. Как осуществляется дисконтирование денежных потоков предприятия?
59. Перечислите основные методики определения факторов риска.
60. В чем заключается сущность статистического анализа факторов риска?

Примеры теста

Вариант I

Задание 1

Вопрос 1. Планирование сверху вниз с четко заданными параметрами – ... планирование

- 1) оперативное;
- 2) директивное;
- 3) тактическое;
- 4) индикативное;
- 5) текущее.

Вопрос 2. Конечными пользователями бизнес-плана являются:

- 1) средства массовой информации;
- 2) потребители продукции;
- 3) менеджмент предприятия;
- 4) местная администрация;
- 5) инвесторы;
- 6) налоговые инспекции.

Вопрос 3. Сегмент рынка представляет собой ...

- 1) целевой рынок;
- 2) административную единицу рынка;
- 3) рынок, специализирующийся на определенном виде товаров;
- 4) группу сбытовых организаций со схожими каналами распределения;
- 5) группу потребителей, сформированную по определенным критериям.

Вопрос 4. ... цена устанавливается для товаров высокого качества или с уникальными достоинствами

- 1) престижная;
- 2) минимально возможная;
- 3) средняя для данного рынка;
- 4) максимально возможная;
- 5) отраслевая.

Вопрос 5. При планировании технического развития предприятия к ... относят полное или частичное переоборудование производства со строительством при необходимости объектов вспомогательного и обслуживающего производства

- 1) новому строительству;
- 2) расширению предприятия;
- 3) реконструкции предприятия;
- 4) техническому перевооружению;
- 5) ликвидации.

Задание 2

Вопрос 1. Последовательность этапов планирования:

- 1) программирование;
- 2) формирование бизнес-процессов;
- 3) определение миссии;
- 4) бюджетирование;
- 5) формулирование целей;
- 6) прогнозирование;
- 7) формирование политики предприятия.

Вопрос 2. В разделе «Организационный план» бизнес-плана представляется информация следующего содержания:

- 1) штатное расписание;
- 2) методы стимулирования объема продаж;
- 3) полномочия и функции участников проекта;
- 4) критические для успеха элементы;
- 5) функциональное назначение продукта.

Вопрос 3. Рост спроса на товар на рынке представляет собой ...

- 1) стадию жизненного цикла товара;
- 2) стимулирование сбыта;
- 3) этап рекламной кампании;
- 4) позиционирование товара;
- 5) установление рыночной цены.

Вопрос 4. Продажа товара через фирменный магазин производителя представляет собой ... канал сбыта

- 1) трехуровневый;
- 2) нулевой;
- 3) одноуровневый;
- 4) двухуровневый;
- 5) вертикальный.

Вопрос 5. Страхование ... предусматривает страховое возмещение за объект в размере стоимости нового имущества

- 1) по действительной стоимости;
- 2) по системе пропорциональной ответственности;
- 3) по системе первого риска;
- 4) по восстановительной стоимости;
- 5) с учетом франшизы.

Задание 3

Вопрос 1. Горизонт среднесрочного планирования составляет ...

- 1) до 1 года;
- 2) 1-2 года;
- 3) 2-3 года;
- 4) 2-5 лет;
- 5) более 5 лет.

Вопрос 2. В разделе «Финансовый план» бизнес-плана представляется информация следующего содержания:

- 1) методы и схемы ценообразования;
- 2) учетная политика предприятия;
- 3) данные о налогах и таможенных пошлинах;
- 4) условия хранения и транспортировки продукта;
- 5) стимулирование и мотивация персонала.

Вопрос 3. Конверсионный маркетинг используется в случае ...

- 1) снижения спроса;
- 2) избыточного спроса;
- 3) отрицательного спроса;
- 4) отсутствия спроса;

- 5) наличия потенциального спроса;
- 6) колеблющегося спроса;
- 7) чрезмерного спроса.

Вопрос 4. ... скидки предназначены для стимулирования или поддержания спроса на товары массового производства

- 1) бонусные;
- 2) персональные;
- 3) сезонные;
- 4) текущие;
- 5) вынужденные.

Вопрос 5. Организационную структуру предприятия характеризуют:

- 1) количество звеньев;
- 2) система мотивации;
- 3) организационно-правовая форма;
- 4) число уровней;
- 5) распределение полномочий.

Задание 4

Вопрос 1. В разделе «План производства» бизнес-плана представляется информация следующего содержания:

- 1) методы и схемы ценообразования;
- 2) система управления проектом;
- 3) снабжение сырьем и материалами;
- 4) нормативное обслуживание оборудования;
- 5) контроль качества продукта.

Вопрос 2. ... – состояние рынка, характеризуемое соотношением между спросом и предложением на товар (услугу) и уровнем предпринимательской активности

- 1) инновационность;
- 2) конкуренция;
- 3) монополизм;
- 4) конъюнктура;
- 5) маркетинг.

Вопрос 3. Ремаркетинг используется в случае ...

- 1) снижения спроса;
- 2) избыточного спроса;
- 3) отрицательного спроса;
- 4) отсутствия спроса;
- 5) наличия потенциального спроса;
- 6) колеблющегося спроса;
- 7) чрезмерного спроса.

Вопрос 4. ... – вид деятельности, направленный на объединение усилий работников предприятия для достижения общей цели

- 1) прогнозирование;
- 2) бизнес-процесс;
- 3) координация;
- 4) интеграция;
- 5) маркетинг.

Вопрос 5. К организационным структурам органического типа относятся:

- 1) линейно-функциональные;
- 2) матричные;
- 3) штабные;
- 4) множественные;
- 5) бригадные;
- 6) дивизиональные.

Задание 5

Вопрос 1. В разделе «Концепция, обзор, резюме» бизнес-плана представляется информация следующего содержания:

- 1) данные о налогах и таможенных пошлинах;
- 2) методы и формы рекламной кампании;
- 3) цель и задачи проекта;
- 4) гарантии возврата инвестиций;
- 5) политика скидок.

Вопрос 2. ... фактически сопровождается покупкой товара

- 1) ажиотажный спрос;
- 2) реализованный спрос;
- 3) неудовлетворенный спрос;
- 4) первичный спрос;
- 5) формирующийся спрос.

Вопрос 3. Постоянные издержки предприятия в краткосрочном периоде включают:

- 1) затраты на сырье и материалы;
- 2) арендную плату;
- 3) заработную плату рабочих;
- 4) административно-управленческие расходы;
- 5) амортизационные отчисления;
- 6) затраты на электроэнергию;
- 7) проценты по кредиту.

Вопрос 4. ... – способ и форма объединения работников предприятия для достижения поставленной цели

- 1) штатное расписание;
- 2) организационная структура;
- 3) компания;
- 4) стимулирование и мотивация;
- 5) организационно-правовая форма.

Вопрос 5. Рентабельность производства определяется отношением

- 1) выручки от реализации продукции к численности работающих;
- 2) стоимости основных производственных фондов к величине заработной платы;
- 3) прибыли от реализации продукции к себестоимости выпуска продукции;
- 4) прибыли от реализации продукции к стоимости основных и оборотных фондов;
- 5) стоимости произведенной продукции к стоимости сырья и материалов.

Вариант II

Задание 1

Вопрос 1. ... – процесс выполнения взаимосвязанных действий по достижению цели в условиях временных и ресурсных ограничений

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1) управление; | 6) бизнес-процесс; |
| 2) проект; | 7) менеджмент; |
| 3) предпринимательство; | 8) прогнозирование; |
| 4) планирование; | 9) интеграция; |
| 5) координация; | 10) маркетинг. |

Вопрос 2. В разделе «План маркетинга» бизнес-плана представляется информация следующего содержания:

- 1) схема реализации товара;
- 2) программа страхования деятельности;
- 3) краткие финансовые показатели за последнее время;
- 4) политика скидок;
- 5) система управления проектом.

Вопрос 3. Демаркетинг используется в случае ...

- 1) снижения спроса;
- 2) избыточного спроса;
- 3) отрицательного спроса;
- 4) отсутствия спроса;
- 5) наличия потенциального спроса;
- 6) колеблющегося спроса;
- 7) чрезмерного спроса.

Вопрос 4. ... скидки предоставляются постоянным покупателям, покупающим определенное количество товара

- 1) бонусные;
- 2) персональные;
- 3) сезонные;
- 4) текущие;
- 5) вынужденные.

Вопрос 5. К организационным структурам бюрократического типа относятся:

- 1) линейно-функциональные;
- 2) матричные;
- 3) штабные;
- 4) множественные;
- 5) бригадные;
- 6) дивизиональные.

Задание 2

Вопрос 1. Горизонт долгосрочного планирования составляет ...

- 1) 1-2 года;
- 2) 1-3 года;
- 3) 3-5 лет;
- 4) 5-10 лет;
- 5) более 10 лет.

Вопрос 2. Сегментация, основанная на ... подходе, включает учет стиля жизни и личных качеств потребителей

- 1) психографическом;
- 2) региональном;
- 3) демографическом;
- 4) поведенческом;
- 5) социально-экономическом.

Вопрос 3. В условиях небольшой емкости рынка, осведомленности потребителя о товаре, готовности покупать товар по высокой цене, незначительной конкуренции целесообразно использовать стратегию ...

- 1) интенсивного маркетинга;
- 2) выборочного проникновения;
- 3) широкого проникновения;
- 4) пассивного маркетинга;
- 5) маркетинга.

Вопрос 4. ... – область, в пределах которой предпринимательская деятельность сохраняет экономическую целесообразность

- 1) безрисковая зона;
- 2) зона допустимого риска;
- 3) зона критического риска;
- 4) зона катастрофического риска;
- 5) ожидаемый риск.

Вопрос 5. ... как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности

- 1) коммерческой организацией;

- 2) предприятием;
- 3) компанией;
- 4) полным товариществом;
- 5) обществом с ограниченной ответственностью.

Задание 3

Вопрос 1. ... – процесс выработки действий по достижению цели

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1) управление; | 6) бизнес-процесс; |
| 2) проект; | 7) менеджмент; |
| 3) предпринимательство; | 8) прогнозирование; |
| 4) планирование; | 9) интеграция; |
| 5) координация; | 10) маркетинг. |

Вопрос 2. Стратегия ... направлена на предложение потребителям продукта, превосходящего по своим качествам конкурирующие товары (услуги)

- 1) дифференцирования;
- 2) фокусирования;
- 3) сегментирования;
- 4) лидерства контроля затрат;
- 5) позиционирования.

Вопрос 3. Наличие мелкооптового торговца предполагает ... канал сбыта

- 1) нулевой;
- 2) одноуровневый;
- 3) двухуровневый;
- 4) трехуровневый;
- 5) горизонтальный.

Вопрос 4. Переменные издержки предприятия включают:

- 1) затраты на сырье и материалы;
- 2) арендную плату;
- 3) заработную плату рабочих;
- 4) административно-управленческие расходы;
- 5) амортизационные отчисления;
- 6) затраты на электроэнергию;
- 7) проценты по кредиту.

Вопрос 5. ... – символ, идентифицирующий продукт продавца и защищенный юридически

- 1) фирменное имя;
- 2) фирменный знак;
- 3) товарный знак;
- 4) товарный образ.

Задание 4

Вопрос 1. В структуру бизнес-плана последовательно включаются следующие разделы:

- 1) финансовый план;
- 2) план производства;
- 3) описание продукта;
- 4) концепция;
- 5) правовое обеспечение и оценка рисков;
- 6) план маркетинга;
- 7) описание базового предприятия;
- 8) анализ рынков сбыта;
- 9) организационный план.

Вопрос 2. Небольшой объем продаж, новые потребители, незначительное количество конкурентов, большие затраты на маркетинг характеризуют стадию ... жизненного цикла товара

- 1) спада спроса;
- 2) зрелости;
- 3) роста спроса;
- 4) внедрения;
- 5) ликвидации.

Вопрос 3. Развивающий маркетинг используется в случае ...

- 1) снижения спроса;
- 2) избыточного спроса;
- 3) отрицательного спроса;
- 4) отсутствия спроса;
- 5) наличия потенциального спроса;
- 6) колеблющегося спроса;
- 7) чрезмерного спроса.

Вопрос 4. ... – процесс воздействия на объект для достижения поставленной цели

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1) управление; | 6) бизнес-процесс; |
| 2) проект; | 7) менеджмент; |
| 3) предпринимательство; | 8) прогнозирование; |
| 4) планирование; | 9) интеграция; |
| 5) координация; | 10) маркетинг. |

Вопрос 5. ... – область, характеризующаяся возможностью потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли

- 1) безрисковая зона;
- 2) зона допустимого риска;
- 3) зона критического риска;
- 4) зона катастрофического риска;
- 5) ожидаемый риск.

Задание 5

Вопрос 1. По ... рынки подразделяются на основной, дополнительный и выборочный

- 1) перспективам сбыта;
- 2) соотношению продавцов и покупателей;
- 3) разновидности потребителей;
- 4) объему реализации;
- 5) степени конкуренции.

Вопрос 2. Распределение товаров по группам в зависимости от темпов роста отраслевого рынка и доли рынка предприятия осуществляется с использованием ...

- 1) диаграммы GANTT;
- 2) системы Project Export;
- 3) матрицы БКГ;
- 4) сетевого графика проекта;
- 5) метода Монте-Карло.

Вопрос 3. В условиях большой емкости рынка, осведомленности потребителя о товаре, неготовности покупки дорогого товара, незначительной конкуренции целесообразно использовать стратегию ...

- 1) интенсивного маркетинга;
- 2) выборочного проникновения;
- 3) широкого проникновения;
- 4) пассивного маркетинга;

5) маркетинга.

Вопрос 4. При планировании технического развития предприятия к ... относят мероприятия по внедрению новой техники и технологии, механизации и автоматизации

- 1) новому строительству;
- 2) расширению предприятия;
- 3) реконструкции предприятия;
- 4) техническому перевооружению;
- 5) ликвидации.

Вопрос 5. Страхование ... предусматривает освобождение страховщика от возмещения убытков, не превышающих определенный размер

- 1) по действительной стоимости;
- 2) по системе пропорциональной ответственности;
- 3) по системе первого риска;
- 4) по восстановительной стоимости;
- 5) с учетом франшизы.

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Понятие и сущность планирования.
2. Предмет и объект планирования.
3. Планирование в рыночной экономике.
4. Сущность бизнес-планирования.
5. Классификация видов планирования.
6. Основные функции бизнес-плана.
7. Виды бизнес-планов.
8. Требования к разработке бизнес-плана.
9. Структура бизнес-плана.
10. Методы анализа внешней среды.
11. Основная стратегическая ориентация организации.
12. Выбор стратегии развития организации.
13. Выбор объекта предпринимательской деятельности.
14. Описание продукта как раздел бизнес-плана.
15. Определение уровня конкурентоспособности товара.
16. Анализ и прогноз развития рынка.
17. Стратегии продвижения товара на рынке.
18. Сегментирование рынка при анализе потребителя.
19. Методы оценки рынков сбыта продукции.
20. Методы анализа рыночной конъюнктуры.
21. Стратегии и типы маркетинга.
22. План маркетинга как раздел бизнес-плана.
23. Ценовая политика предприятия.
24. Планирование организации обслуживания.
25. Организация каналов распределения.
26. Формы стимулирования сбыта.
27. План производства как раздел бизнес-плана.
28. Расчет производственной программы.
29. Организационный план как раздел бизнес-плана.
30. Выбор организационной структуры управления предприятием.
31. Виды и типы структур управления.
32. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности.
33. Основные организационно-регламентирующие документы предприятия.
34. Оценка риска как раздел бизнес-плана.
35. Понятие и сущность предпринимательского риска.

36. Выбор организационно-правовой формы деятельности организации.
37. Виды страхования предпринимательской деятельности.
38. Стратегические решения по управлению рисками.
39. Финансовый план как раздел бизнес-плана.
40. Планирование финансовой деятельности предприятия.
41. Основные планово-отчетные документы по финансовой деятельности предприятия.
42. Методы анализа самоокупаемости производства.
43. Стратегии финансирования хозяйственной деятельности.
44. Источники финансовых ресурсов предприятия.
45. Состав затрат на производство и реализацию продукции.
46. Основные показатели эффективности хозяйственной деятельности.
47. Инвестиционная политика предприятия.
48. Показатели эффективности инвестиций.
49. Методики определения факторов риска.
50. Современные информационные технологии моделирования бизнес-процессов.
51. Общие требования к оформлению и презентации бизнес-плана.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Основными формами текущего контроля являются: устный опрос, тест.

Максимальное количество баллов, которое может набрать обучающийся в течение семестра за различные виды работ – 70 баллов.

Шкала оценивания устного опроса

Критерии оценивания	Баллы
высокая активность на практических занятиях, содержание и изложение материала отличается логичностью и смысловой завершенностью, студент показал владение материалом, умение четко, аргументировано и корректно отвечает на поставленные вопросы, отстаивать собственную точку зрения.	10
участие в работе на практических занятиях, изложение материала носит преимущественно описательный характер, студент показал достаточно уверенное владение материалом, однако недостаточное умение четко, аргументировано и корректно отвечает на поставленные вопросы и отстаивать собственную точку зрения.	5
низкая активность на практических занятиях, студент показал неуверенное владение материалом, неумение отстаивать собственную позицию и отвечать на вопросы.	2
отсутствие активности на практических занятиях, студент показал незнание материала по содержанию дисциплины.	0

Шкала оценивания теста

Написание теста оценивается по шкале от 0 до 40 баллов.

Освоение компетенций зависит от результата написания тестов: 3

1-40 баллов (75-100% правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на высоком уровне;

21-30 баллов (50-74 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на базовом уровне;

11-20 баллов (30-49 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне;

0-10 баллов (менее 30 % правильных ответов) - компетенции считаются не освоенными.

Шкала оценивания экзамена

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	21-30
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	11-20
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	6-10
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-5

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Баллы, полученные студентом по текущему контролю и промежуточной аттестации	Оценка в традиционной системе
81 – 100	отлично
61 - 80	хорошо
41 - 60	удовлетворительно
0 - 40	неудовлетворительно