

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РД
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ РД «АГРАРНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Код и наименование специальности43.02.16 Туризм и гостеприимство»

входящей в состав УГС43.00.00.Сервис и туризм

Квалификация выпускника: - Специалист по туризму и гостеприимству.

2024г.

ОДОБРЕНО

методической комиссией

Соусамб - Жонс

Протокол №90 от «20» 05 2024г

Председатель МК

Жонс -

УТВЕРЖДАЮ

зам. директора о УР

Илья Курбанов И.Т.

«20» 05 2024г

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса разработана на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта по специальности

43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12 декабря 2022 г. № 1100 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство»,

с учетом примерной программы утвержденного протоколом Федерального учебно-методического объединения по УГПС 43.00.00 от 03.10.2023 № 10 (Зарег. в государственном реестре примерных образовательных программ за №_125 Приказ ФГБОУ ДПО ИРПО №П-424 от 17.10.2023)

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение РД «Аграрный колледж»

Разработчики:

Мирзаханов Г.А.- преподаватель ГБПОУ РД «Аграрный колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 03-05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
OK 01 OK 03-05 OK 09	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий; определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы; применять на практике правовые и нормативные документы в контексте своих профессиональных	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы разработки бизнес-идей и бизнес-плана; структура плана для решения задач; порядок оценки инвестиционной привлекательности разработанных бизнес-идей; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная terminologia; возможные траектории профессионального развития и самообразования; психология коллектива психология личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов; хозяйственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела; содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия; характеристику документального оформления договорных отношений в

	<p>обязанностей; составлять договорную документацию в соответствии со своими профессиональными функциями; использовать хозяйственно-экономические положения профессиональной документации, регламентирующей деятельность технических работников и специалистов; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями гостей и установленными нормативами планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами планировать продажи в материальных ресурсах и персонале; планировать продажи.</p>	<p>гостинице, место и роль в этих отношениях технических работников и специалистов; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты; методы планирования труда работников службы приема и размещения; структуру и место службы приема и размещения в системе управления гостиничным предприятием; принципы взаимодействия службы приема и размещения с другими отделами гостиницы; методика определения потребностей службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале; методы планирования труда работников службы питания; структуру и место службы питания в системе управления гостиничным предприятием; принципы взаимодействия службы питания с другими отделами гостиницы; методика определения потребностей службы питания в материальных ресурсах и персонале; методы планирования труда работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда; структуру и место службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в системе управления гостиничным предприятием; принципы взаимодействия службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда с другими отделами гостиницы; методика определения потребностей службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в материальных ресурсах и персонале; структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития</p>
--	---	--

		гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	32
в т.ч. в форме практической подготовки	10
в т. ч.:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	10
<i>Самостоятельная работа</i>	2
Промежуточная аттестация ДЗ	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ¹ , формированнию которых способствует элемент программы
	1	2		
			Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%	Обязат. часть ОП
			32/10	62/60
Раздел 1. Содержание предпринимательской деятельности			10	
Тема 1.1. Содержание предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала		6	OK 01 OK 03-05 OK 09
	Понятия и сущность предпринимательства. Условия для развития предпринимательской деятельности: экономические, социальные и правовые. Цели и задачи предпринимательства. Принципы, признаки, функции предпринимательства. Предпринимательская деятельность и предпринимательские отношения.			
	Типы и виды предпринимательства. Производственное, коммерческое предпринимательство. Финансовое предпринимательство. Консультационное предпринимательство. Предпринимательская деятельность малых предприятий			

	Юридические основания для открытия предпринимательской деятельности. Сущность предпринимательской среды. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда.			
	Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Предприниматель, потребитель, наемный работник, государство как субъекты предпринимательской деятельности. Портрет современного предпринимателя. Основные составляющие современной концепции деловых качеств предпринимателя. Товар как объект предпринимательской деятельности. Свойства товара. Потребительская ценность товара. Понятие уникального торгового предложения уникального торгового предложения. Закономерности создания новых товаров			
	В том числе практических и лабораторных занятий	2		
	Выполнение работы «100 идей, которые потрясли мир. Товары с коротким жизненным циклом. Товары, которые никогда не уйдут с рынка. Товары, которые исчезнут из обращения в ближайшее будущее			
	Самостоятельная работа обучающихся	2		
Раздел 2. Предпринимательская идея и ее выбор		6		
Тема 2.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание учебного материала	4		OK 01 OK 03-05 OK 09
	Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.			
	Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысливания идеи, принятие предпринимательского решения. разработка товарной модификации, ввод товара.			
	В том числе практических и лабораторных занятий	2		
	Моделирование отличий товара (услуги), лежащего в основе деловой идеи. Конкурентный лист. Товарные характеристики. Позиционирование товара			
	Самостоятельная работа обучающихся			
Раздел 3. Создание собственного дела		4		
Тема 3.1. Создание	Содержание учебного материала	2		OK 01 OK 03-05
	Новые бизнес-модели. Стратегия достижения успеха. Создание собственного			

собственного дела	дела. Общие условия и принципы. Правила start-up.			OK 09
	Основные этапы создания предпринимательской единицы. Порядок создания нового предприятия и его государственной регистрации.			
	Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.			
	В том числе практических и лабораторных занятий		2	
	Деловая игра. Создание нового предприятия и подготовка пакета документов для государственной регистрации.			
Самостоятельная работа обучающихся				
Раздел 4. Технология бизнес-планирования		10		
Тема Технология бизнес- планирования	4.1. Содержание учебного материала		6	OK 01 OK 03-05 OK 09
	Назначение, цели и задачи бизнес-планирования. Функции бизнес-планов. Внутренние и внешние адресаты бизнес-планов. Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана			
	Методики разработки бизнес-плана			
	Разработка концепции бизнес-плана. Основные направления и характеристики планируемой деятельности. Характеристика предприятия, планирующего производство (продажу) продукции (услуг). Определение миссии (философии) предприятия. Цели бизнеса. Функции целей бизнеса. Определение целей разработки бизнес-плана			
	План маркетинга			
	План производства(Эксплуатационная программа гостиничного предприятия). Потребность в материальных и трудовых ресурсах; структура (суть проекта; эффективность проекта, сведения о фирме; план действий; назначение, цели и задачи написания)			
	Финансовый план. Потребность в капитале и источники финансирования; план возврата кредита)			
	Резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение			
	В том числе практических и лабораторных занятий	4		
	Разработка концепции предприятия сферы туризма и гостеприимства. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности			

	Разработка маркетингового и финансового планов			
	Подготовка инвестиционного предложения			
	Расчёт потребности проектируемого предприятия в трудовых и материальных ресурсах.			
Промежуточная аттестация		2		
Всего:		32	62	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Предпринимательской деятельности в сфере туризма и гостеприимства», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности

Оснащение

- Стол ученический (двухместный) – 15 шт.
- Стул – 31 шт.
- Стол преподавателя – 1 шт.
- Доска классная – 1 шт.

Дополнительное оборудование

- 1 Шкаф для наглядных пособий и образцов
- 2 Стеллаж с тумбой для дидактического материала
- 3 Компьютер По технической документации
- 4 Мультимедийный проектор

5 Плакаты, схемы

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Карагаева, О. Г. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / О. Г. Карагаева, О. С. Гаврилова. – Саратов: Ай Ни Эр Медиа, 2018. – 111 с. – ISBN 978-5-4486-0152-1. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/72807>

2. Ковальчук, А.П., Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса.: учебное пособие / А.П. Ковальчук. — Москва: КноРус, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-406-08823-4. — URL:<https://book.ru/book/941146> (дата обращения: 13.07.2022). — Текст: электронный.

3. Шубаева, В. Г.Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 120 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10550-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475811>

4. Андросова, Г. А. Организация туристской индустрии: экономика туризма / Г. А. Андросова, И. В. Енченко. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 84 с. — ISBN 978-5-507-44809-8. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266711> .

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы разработки бизнес-идей и бизнес-плана;</p> <p>структура плана для решения задач;</p> <p>порядок оценки инвестиционной привлекательности разработанных бизнес-идей;</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>современная научная и профессиональная терминология;</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>психология коллектива</p> <p>психология личности;</p> <p>основы проектной деятельности;</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p>	<p>Знание этапов и методов принятия решений в структурном подразделении;</p> <p>Нормативно-правовой документации;</p> <p>Психологию коллектива и личности;</p> <p>Основы предпринимательской деятельности;</p> <p>Основы маркетинга;</p> <p>Основы финансовой грамотности;</p> <p>Правила оформления документов;</p> <p>Правила составления бизнес-планов;</p>	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">- тестирование;- устный опрос;- написание диктантов;-оценка подготовленных обучающимися сообщений, докладов, мультимедийных презентаций;- решение ситуационных задач.

правила оформления документов; хозяйственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела; содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия; характеристику документального оформления договорных отношений в гостинице, место и роль в этих отношениях технических работников и специалистов; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты; методы планирования труда работников службы приема и размещения; структуру и место службы приема и размещения в системе управления гостиничным предприятием; принципы взаимодействия службы приема и размещения с другими отделами гостиницы; методика определения потребностей службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале; методы планирования труда работников службы питания; структуру и место службы питания в системе управления гостиничным предприятием; принципы взаимодействия службы питания с другими отделами гостиницы; методика определения потребностей службы питания		
--	--	--

<p>в материальных ресурсах и персонале;</p> <p>методы планирования труда работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда;</p> <p>структуру и место службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в системе управления гостиничным предприятием;</p> <p>принципы взаимодействия службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда с другими отделами гостиницы;</p> <p>методика определения потребностей службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в материальных ресурсах и персонале;</p> <p>структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы;</p> <p>рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;</p> <p>виды каналов сбыта гостиничного продукта.</p>		
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;</p> <p>правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия;</p> <p>определить необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в</p>	<p>Умение распознавать задачу или проблему в профессионально социальном контексте;</p> <p>Анализировать и выделять составные части задачи или проблемы;</p> <p>Составлять план действий;</p> <p>Реализовать составленный план;</p> <p>Организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>Взаимодействовать с клиентами, руководством и коллегами;</p> <p>Излагать свои мысли на государственном языке;</p> <p>Применять на практике</p>	

<p>профессиональной и смежных сferах;</p> <p>реализовать составленный план;</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий;</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации профессиональной деятельности;</p> <p>выстраивать траектории профессионального и личностного развития;</p> <p>организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;</p> <p>излагать свои мысли на государственном языке;</p> <p>оформлять документы</p> <p>применять на практике правовые и нормативные документы в контексте своих профессиональных обязанностей;</p> <p>составлять договорную документацию в соответствии со своими профессиональными функциями;</p> <p>использовать хозяйственно-экономические положения профессиональной документации, регламентирующей деятельность технических работников и специалистов;</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</p> <p>оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;</p> <p>планировать потребности в материальных ресурсах</p>	<p>правовые и нормативные документы;</p> <p>Составлять договорную документацию;</p> <p>Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</p> <p>Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</p> <p>Оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;</p> <p>Планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы;</p> <p>определять численность и Функциональные обязанности сотрудников.</p>	
--	--	--

<p>и персонале службы;</p> <p>определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами;</p> <p>планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы;</p> <p>определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами;</p> <p>планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы;</p> <p>определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами</p> <p>планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале;</p> <p>планировать и прогнозировать продажи.</p>		
---	--	--

Фонд оценочных средств по учебной

Общие положения

Комплект контрольно-измерительных материалов предназначен для проверки результата освоения дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса», входящей в профессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы СПО (или ППКРС) по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство» в части овладения следующими знаниями и умениями, компетенциями:

Знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы разработки бизнес-идей и бизнес-плана;
- структура плана для решения задач;
- порядокценки инвестиционной привлекательности разработанных бизнес-идей;
- содержание актуальной нормативно-правовой документации;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального развития и самообразования;
- основы проектной деятельности;
- правила оформления документов;
- хозяйствственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела;
- содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия;
- основы предпринимательской деятельности;
- основы финансовой грамотности;
- правила разработки бизнес-планов;
- кредитные банковские продукты;

Уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять ее составные части;
- правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действий;
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результаты последствия своих действий;
- определять актуальность нормативно-правовой документации и профессиональной деятельности;
- выстраивать траектории профессионального или личностного развития;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
- излагать свои мысли на государственном языке;
- оформлять документы

- применять на практике правовые и нормативные документы в контексте своих профессиональных обязанностей;
- составлять договорную документацию в соответствии с own профессиональными функциями;
- использовать хозяйственно-экономические положения профессиональной документации, регламентирующей деятельность технических работников и специалистов;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идею открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
- планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численности функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
- планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численности функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
- планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы;
- определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
- планировать потребность службы в бронировании и продаже материальных ресурсах и персонала;
- планировать и прогнозировать продажи.

Комплект контрольно-измерительных материалов позволяет также оценивать:

Освоение части общих компетенций (ОК):

ОК1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

Виды контроля по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*

Таблица1.

Специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Код, наименование

Виды контроля	семестры	
	1 семестр	— семестр
Входной контроль	X	-

Текущий контроль	X	-
---------------------	---	---

Промежуточная аттестация	ДЗ	-
-----------------------------	----	---

Контрольнооценкаосвоенияучебнойдисциплиныпотемам(разделам),видамконтроля

Элемент учебнойдисцип- лины	Видыконтроля					
	Входнойконтроль		Текущийконтроль		Промежуточнаяаттестация	
	Формаконтроля	Проверяемые3, У,ОК,ПК	Формаконтроля	Проверяемые3, У,ОК,ПК	Форма контроля	Проверяемые3, У,ОК,ПК
Введение	Тест по Основам экономических знаний вопросов	3-1,4 У-2 5				
Раздел1 Отрасльусловиях рынка						
Спросипредложениена рынкетоварови услуг			Тест	3-1,4 У-2		
Раздел2.Производственнаяструктураорганизации(предприятия)						
Организация(предприятие) как хозяйствующий субъект в рыночной экономике			Тест. Самостоятельная работа родителями	3-1,2, 4 У-4 OK-4		
Производительность труда, показатели производительности			Самостоятельная работа родителями	3-1,2, 4 У-2,4 OK-5		
Раздел3.Экономическиересурсыорганизациипредприятия						
Основные средства предприятия Показатели использования основных фондов			Тест	3-1,2,3,4 У-2,4 OK-5		
Оборотные средства организации (предприятия)Показатели обращаемости						
Формы оплаты труда, методы стимулирования работников			Практическая работа	У-1,3,4 OK-5		

Раздел4.Маркетинговая деятельность организации(предприятия)					ДЗ	3-1,2,3,4 У-1,2,3,4 OK2,3,4,5,6		
Реклама	Принципы использования рекламы			Практическая работа				
Качество и конкурентоспособность продукции								
Раздел5.Себестоимость, цена, прибыль, рентабельность- основные показатели деятельности организации								
Издержки производства. Себестоимость продукции			Тест	3-1,2,3,4 У-2,4 OK-4,5				

2.1 Входной контроль по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*

Входной контроль по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*, проводится с целью проверки отдельных знаний и умений студентов, необходимых для дальнейшего успешного обучения.

Входной контроль по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса* включает:

10. Тест
11. Ведомость результатов входного контроля знаний
12. Краткая аналитическая справка о группе

Всеконтрольно-измерительные материалы (КИМ) входного контроля по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса* представлены в приложении 1.

a. Текущий контроль по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*.

Текущий контроль знаний, умений и компетенций обучающихся предусматривает решение следующих задач:

- оценка качества освоения обучающимися образовательной программы;
- аттестация обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей образовательной программы;
- широкое использование современных контрольно-оценочных технологий;
- организация самостоятельной работы студентов с учетом их индивидуальных способностей;
- поддержание постоянной обратной связи и принятие оптимальных решений в управлении качеством обучения студентов на уровне преподавателя, предметной кафедры колледжа.

Текущий контроль организован так, чтобы каждый студент за учебный месяц имел не менее двух оценок. В конце семестра у каждого студента должна быть аттестация по каждому учебному месяцу, что позволит достаточно объективно оценить знания по проходенному материалу.

Все контрольно-измерительные материалы текущего контроля по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса* представлены в приложении 2.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*

Промежуточная аттестация оценивает результаты учебной деятельности студентов за семестр.

Основными формами промежуточной аттестации по учебной дисциплине являются дифференцированный зачет

Входной контроль по *Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса*.

Входной контроль осуществляется в виде кратких письменных ответов на следующие вопросы:

1. Чем такое «Экономика»?
2. Чем такое «издержки производства»?
3. Перечислите известные вам статьи издержек производства
4. Чем такое прибыль предприятия, как определяется прибыль?
5. Каково экономическое содержание показателя рентабельности?

6. Назовите 2 основные формы платы труда
7. Назовите преимущества и недостатки 2х перечисленных форм платы труда
8. Чем такое основной капитал предприятия?
9. Чем такое оборотный капитал предприятия?
10. Чем такое амортизация оборудования?

Критерии оценки:

- Оценка «отлично» - при условии верных ответов на 9-10 вопросов
- Оценка «хорошо» - при условии верных ответов на 6-8 вопросов
- Оценка «удовлетворительно» - при условии верных ответов на 3-5 вопросов
- Оценка «неудовлетворительно» - при условии верных ответов менее, чем на 3 вопроса

Тема: Отрасль и условия рынка

Вариант-1

1. Деятельность людей, связанная с производством материальных и нематериальных благ для удовлетворения потребностей человека – это:

- a) государство;
- б)
- предпринимательство; в)
- промышленность;
- г) экономика.

2. Деятельность, осуществляемая частными лицами или предприятиями организациями по производству, оказанию услуг и продаже товаров и приводящая к взаимной выгоде заинтересованных лиц – это:

- a) государство;
- б)
- предпринимательство; в)
- промышленность;
- г) предприятие.

3. Выбрать из списка основные черты предпринимателя:

- а) руководствуется личным интересом;
- б) не имеет склонности к рискованным действиям; в) не несет ответственности за имуществом;
- г) постоянно стремится к новому.

4. Выбрать из списка основные черты предпринимателя:

- а) руководствуется общественными интересами; б) склонность к рискованным действиям;
- в) не несет ответственности за имуществом; г) полностью принимает на себя риск.

5. Деятельность, направленная на производство товаров, выполнение работ или оказание услуг, относится:

- а) к производственной; б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

6. Деятельность, связанная с товарно-денежными и товарообменными операциями, относится: а) к производственной;

- б) к коммерческой; в) к финансовой;
- г) к консультативной.

7. Предоставление независимых советов и помощников по вопросам управления, экономики, финансам и бухгалтерского учета, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

8. Деятельность, где объектами купли продажи являются ценные бумаги, валюта и деньги, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

9. Что является наивысшей целью предпринимательской деятельности?

- а) рост выпускапродукции;
- б) получение гос. заказа;
- в) получениеприбыли;
- г) ликвидация конкурентов.

10. С какими дисциплинами связана дисциплина «Экономика»:

- а) история;
- б) менеджмент;
- в) бухгалтерский учет;
- г) ОБЖ.

11. С какими дисциплинами не связана дисциплина «Экономика»:

- а) статистика;
- б) маркетинг;
- в) география;
- г) технология производства.

Вариант-2

1. Выбрать из списка основные черты предпринимателя:

- а) руководствуется общественными интересами;
- б) склонность к рискованным действиям;
- в) не несет ответственности имуществом;
- г) полностью принимает на себя риск.

2. Деятельность, направленная на производство товаров, выполнение работ или оказание услуг, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

3. Деятельность, связанная с товарно-денежными и товарообменными операциями, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

4. С какими дисциплинами связана дисциплина «Экономика»:

- а) история;
- б) менеджмент;
- в) бухгалтерский учет;
- г) ОБЖ.

5. С какими дисциплинами не связаны дисциплины «Экономика»:

- а) статистика;
- б) маркетинг;
- в) география;
- г) технология производства.

6. Деятельность людей, связанная с производством материальных и нематериальных благ для удовлетворения потребностей человека – это:

- а) государство;
- б) предпринимательство;
- в) промышленность;
- г) экономика.

7. Деятельность, осуществляемая частными лицами или предприятиями организациями по производству, оказанию услуг и продаже товаров и приводящая к взаимной выгоде заинтересованных лиц – это:

- а) государство;
- б) предпринимательство;
- в) промышленность;
- г) предприятие.

8. Выбрать из списка основные черты предпринимателя:

- а) руководствуется личным интересом;
- б) не имеет склонности к рискованным действиям;
- в) несет ответственность имуществом;
- г) постоянно стремится к новому.

9. Предоставление независимых советов и помощников по управлению, экономики, финансам и бухгалтерскому учету, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

10. Деятельность, где объектами купли продажи являются ценные бумаги, валюта и деньги, относится:

- а) к производственной;
- б) к коммерческой;
- в) к финансовой;
- г) к консультативной.

11. Что является наивысшей целью предпринимательской деятельности?

- а) рост выпуск продукции;
- б) получение гос. заказа;
- в) получение прибыли;
- г) ликвидация конкурентов.

Критерии оценки:

При проведении зачета в форме теста следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86% правильных ответов - 5 (отлично), 85-71% - 4 (хорошо), 70-56% - 3 (удовлетворительно).

Тема: Производственная структура организации (предприятия)

1. За 10 лет номинальная заработная плата выросла в 8,5 раз. Общий уровень цен увеличился в 4,1 раза. Во сколько раз выросла реальная заработная плата? (Ответ округлить до целого числа)
2. Иванов положил на депозит в банке 15 000 рублей под 5% годовых. Сколько будет у него на счете через 6 месяцев?
3. Петров взял в банке 110 000 рублей под 40% годовых. Какую сумму он должен вернуть банку через год?
4. В стране N номинальная заработная плата за 5 лет выросла в 3,25 раза, а реальная – в 1,8. Посчитать Индекс потребительских цен. (Ответ округлить до целого значения по правилам арифметического округления)
5. Сидоров взял в банке кредит в сумме 150 000 под 50% годовых на два года. Какую сумму Сидоров должен будет вернуть в банк по окончанию срока?

Критерии оценки:

При проведении зачета в форме теста следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86% правильных ответов - 5 (отлично), 85-71% - 4 (хорошо), 70-56% - 3 (удовлетворительно).

Тема: Рыночная экономика

Вариант – 1

1. Нематериальные активы относятся:
 - а) к имуществу организации;
 - б) к источникам его формирования.
2. Оборотные средства относятся:
 - а) к имуществу организации;
 - б) к источникам его формирования.
3. Дебиторская задолженность относится:
 - а) к имуществу организации;
 - б) к источникам его формирования.
4. Земля, здания и сооружения относятся:
 - а) к основным средствам;
 - б) к оборотным средствам;
 - в) к нематериальным активам;
 - г) к денежным средствам.
5. Патенты и права пользования чем-либо относятся:
 - а) к основным средствам;
 - б) к оборотным средствам;
 - в) к нематериальным активам;
 - г) к денежным средствам.

6. Мебель и компьютеры относятся:

- а) к основным средствам;
- б) к оборотным средствам;
- в) к нематериальным активам;
- г) к денежным средствам.

7. К каким источникам формирования имущества относится резервный капитал?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

8. К каким источникам формирования имущества относятся кредиты и банки?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

9. К каким источникам формирования имущества относится прибыль?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

10. К каким источникам формирования имущества относится кредиторская задолженность?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

11. Кредиты и займы относятся:

- а) к имуществу организации;
- б) к источникам его формирования.

12. Основные средства относятся:

- а) к имуществу организации;
- б) к источникам его формирования.

13. Денежные средства относятся:

- а) к имуществу организации;
- б) к источникам его формирования.

14. Прибыль относится:

- а) к имуществу организации;
- б) к источникам его формирования.

15. Уставный капитал относится:

- а) к имуществу организации;
- б) к источникам его формирования.

16. Топливо и сырье относятся:

- а) к основным средствам;
- б) к оборотным средствам;
- в) к нематериальным активам;
- г) к денежным средствам.

17. Машины и оборудование относятся:

- а) к основным средствам;

б) к оборотным средствам;
в) к нематериальным активам; г) к денежным средствам.

18. Деньги в кассе и на расчетном счете относятся:
а) к основным средствам;
б) к оборотным средствам;
в) к нематериальным активам; г) к денежным средствам.

19. Инвентарь и запасные части относятся:
а) к основным средствам;
б) к оборотным средствам;
в) к нематериальным активам; г) к денежным средствам.

20. Деловая репутация и торговая марка относятся:
а) к основным средствам;
б) к оборотным средствам;
в) к нематериальным активам; г) к денежным средствам.

Вариант–2

1. Денежные средства относятся:
а) к имуществу организации;
б) к источникам его формирования.

2. Прибыль относится:
а) к имуществу организации;
б) к источникам его формирования.

3. Оборотные средства относятся:
а) к имуществу организации;
б) к источникам его формирования.

4. Дебиторская задолженность относится:
а) к имуществу организации;
б) к источникам его формирования.

5. Топливо и сырье относятся:
а) к основным средствам; б) к оборотным средствам;
в) к нематериальным активам; г) к денежным средствам.

6. Машины и оборудование относятся:
а) к основным средствам; б) к оборотным

едствам;
в) к нематериальным
активам;г)к
денежнымсредствам.

7. Деловаярепутацияиторговаяямаркаотносятся:

а) к основным
средствам;б)коборотнымср
едствам;
в) к нематериальным
активам;г)к
денежнымсредствам.

8. Мебельикомпьютерыотносятся:

а) к основным
средствам;б)коборотнымср
едствам;
в) к нематериальным
активам;г)к
денежнымсредствам.

9. Ккакимисточникамформированияимуществаотноситсяприбыль?а)к
собственным;
б)кзаемным.

10. К каким источникам формирования имущества относится кредиторская
задолженность?а)к собственным;
б)кзаемным.

11. Кредиты и займы
относятся:а)к
имуществуорганизации;
б)кисточникамегоформирования.

12. Основныесредстваотносятся:

а) к имуществуорганизации;
б)кисточникамегоформирования.

13. Уставный капиталотносится:
а)к имуществуорганизации;
б)кисточникамегоформирования.

14. Нематериальныеактивыотносятся:
а) к имуществуорганизации;
б)кисточникамегоформирования.

15. Земля,зданияисооруженияотносятся:
а) к основным
средствам;б)коборотнымср
едствам;
в) к нематериальным
активам;г)к
денежнымсредствам.

16. Патенты и права пользования чем-либо относятся:

- а) к основным средствам;
- б) к оборотным средствам;
- в) к нематериальным активам;
- г) к денежным средствам.

17. Какими источниками формирования имущества относится резервный капитал?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

18. Какими источниками формирования имущества относятся кредиты из займов?

- а) к собственным;
- б) к заемным.

19. Деньги в кассе на расчетном счете относятся:

- а) к основным средствам;
- б) к оборотным средствам;
- в) к нематериальным активам;
- г) к денежным средствам.

20. Инвентарь и запасные части относятся:

- а) к основным средствам;
- б) к оборотным средствам;
- в) к нематериальным активам;
- г) к денежным средствам.

Критерии оценки:

При проведении изучения формируемых тестов следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86% правильных ответов - 5 (отлично), 85-71% - 4 (хорошо), 70-56% - 3 (удовлетворительно).

Тема: Маркетинговая деятельность организации (предприятия)

1. Реклама – это...

- а. информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- б. система, обеспечивающая рыночную ориентацию управления деятельностью предприятия или фирм;
- с. это элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственнымносителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя;
- д. эффективный стимул для любогорынка, который информирует о товарах и услугах, создает образ (имидж) производителей, стимулирует сбыт товара (услуг), способствуя росту прибыли.

2. Недобросовестной признается реклама, которая:

- a. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- b. порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- c. об ассортименте и комплектации товаров, а также возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- d. все вышеперечисленное.

3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не

соответствующие действительности сведения:

- a. является актом недобросовестной конкуренции и соответствием антимонопольным законодательством;
- b. о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;
- c. об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- d. все вышеперечисленное.

4. Реклама не должна:

- a. призывать к насилию и жестокости;
- b. иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
- c. формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

5. В рекламе не допускаются:

- a. использование иностранных слов и выражений, которые могут привести кискажению смыслов информации;
- b. указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо должностными лицами;
- c. размещение рекламы в учебниках, предназначенных для обучения детей по программам начального общего и основного общего образования, школьных и невинчиках, а также школьных тетрадях;
- d. указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека.

6. В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и

недостатком опыта в рекламе не допускаются:

- a. дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним унесовершеннолетних;
 - b. побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;
 - c. создание искаженного представления о достоинствах для семьям любым уловкой недостатка;
 - d. создание впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками
7. Сроки хранения рекламных материалов:
- a. 5 лет;
 - b. 1 год;
 - c. 3 года;
 - d. 10 лет.
8. Недопускается реклама:
- a. товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
 - b. наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров;
 - c. товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия;
 - d. товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.
9. В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны следующие сведения о продавцах таких товаров:
- a. фамилия, имя, отчество;
 - b. основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
 - c. наименование;
 - d. все выше перечисленное.
10. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать:
- a. физические лица;
 - b. юридические лица;
 - c. органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления;
 - d. муниципальные органы, которые не находятся в структуре органов местного самоуправления
11. В социальной рекламе недопускается упоминание:
- a. о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров;
 - b. о спонсорах;
 - c. о физических лицах и юридических лицах;
 - d. об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не находятся в структуре органов местного самоуправления.
12. Срок действия оферты:
- a. двумесяц содня распространения рекламы;
 - b. четыремесяц содня распространения рекламы;
 - c. одинмесяц содня распространения рекламы;
 - d. год содня распространения рекламы.
13. Субъекты рекламы:
- a. рекламодатель;

- b. рекламопроизводитель;
- c. спонсор;
- d. потребитель.

14. Функции рекламы:

- a. информирование;
- b. напоминание;
- c. удержание;
- d. создание «собственного лица» фирмы.

15. Основными исходящими из рекламной стратегии являются:

- a. определение целевой аудитории;
- b. выяснение предмета рекламы, разработка концепции товара;
- c. формирование каналов рекламных коммуникаций;
- d. разработка рекламного обращения.

16. Цели рекламы можно объединить в группы:

- a. цели, которые формируют имидж фирмы;
- b. стимулирование сбыта;
- c. цели, которые позволяют с помощью рекламных средств обеспечить стабильность как в реализации товаров (услуг), так и в отношениях потребителей к фирме;
- d. все выше перечисленное.

17. Основные средства распространения рекламы:

- a. печатная (полиграфическая) реклама;
- b. экранная;
- c. на радио;
- d. наружная реклама.

18. Основные носители наружной рекламы:

- a. рекламные щиты;
- b. вывески на остановках;
- c. электронно-механические щиты с периодически сменяющимися изображениями, световые короба;
- d. световые короба на опоре.

19. Основными объектами регулирования рекламы являются:

- a. рекламная деятельность в целом;
- b. реклама товаров, представляющих потенциальную опасность для потребителя;
- c. охрана авторских прав на рекламные идеи и решения;
- d. правовая защита товарных знаков и других форм интеллектуальной собственности;
- e. реклама, вводящая в заблуждение и содержащая «исчезающую приманку»;
- f. сравнительная реклама

20. Законодательная база регулирования рекламной деятельности в России:

- a. закон «о СМИ» от 27 декабря 1991 г.;
- b. закон РФ «о товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании места прои-
схождения товаров» от 23 сентября 1992 г.;
- c. закон «о рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года;

21. Виды ответственности за нарушения рекламного законодательства:

- a. гражданско-правовая;
- b. уголовная;
- c. административная;
- d. все перечисленные выше

22. К ведущим организациям, осуществляющим саморегулирование рекламы в России относятся:

- a. российская ассоциация рекламных агентств;
- b. ассоциация рекламодателей;
- c. организация Всемирной федерации рекламодателей;

d. московская рекламная гильдия, лига рекламных агентств.

23. Информативная реклама преобладает в основном:

- a. на этапе выведения товара на рынок, когда стоит задача создания первичного спроса
- b. на этапе роста, когда перед фирмой встает задача формирования избирательного спроса
- c. на этапе зрелости для того, чтобы заставить потребителя
- d. нет правильного ответа.

24. Какие из указанных ниже задач не характерны для информационной рекламы:

- a. рассказы о новинках и изменениях существующего товара;
- b. информирование рынка об изменениях цен. Объяснение принципов действий товара;
- c. описание оказываемых услуг. Рассеяние опасений потребителя. Формирование образа фирмы;
- d. формирование предпочтения к марке. Поощрение к покупке и наращиванию марку.

25. Какие из указанных ниже задач не характерны для информационной рекламы:

- a. рассказы о новинках и изменениях существующего товара;
- b. убеждение потребителя совершив покупку не откладывая;
- c. информирование рынка об изменениях цен. Объяснение принципов действий товара;
- d. описание оказываемых услуг. Рассеяние опасений потребителя. Формирование образа фирмы

26. Какие из указанных ниже задач не характерны для напоминающей рекламы:

- a. формирование предпочтения к марке. Поощрение к покупке и наращиванию марку;
- b. напоминание потребителям о том, где можно купить товар;
- c. удержание товара в памяти потребителей в период между сезонами;
- d. поддержание осведомленности о товаре на высшем уровне.

27. Какие из указанных ниже задач не характерны для увещевательной рекламы:

- a. рассказы о новинках и изменениях существующего товара;
- b. информирование рынка об изменениях цен. Объяснение принципов действий товара;
- c. описание оказываемых услуг. Рассеяние опасений потребителя. Формирование образа фирмы;
- d. убеждение потребителя совершив покупку не откладывая.

28. Какие из указанных ниже задач не характерны для увещевательной рекламы:

- a. рассказы о новинках и изменениях существующего товара
- b. формирование предпочтения к марке. Поощрение к покупке и наращиванию марку
- c. информирование рынка об изменениях цен. Объяснение принципов действий товара
- d. описание оказываемых услуг. Рассеяние опасений потребителя. Формирование образа фирмы

Критерии оценки:

При проведении изучения форм теста следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86% правильных ответов - 5 (отлично), 85-71% - 4 (хорошо), 70-56% - 3 (удовлетворительно).

Тема: Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность - основные показатели деятельности организации

1. Затраты, которые осуществляются непосредственно в процессе производства продукции – это:
а) основные;
б) накладные.

2. Какие расходы можно условно отнести к условно-постоянным?
а) незапланированные до начала изготавления продукций;
б) неизменяющиеся в зависимости от изменения объема производства; в) изменяющиеся в зависимости от изменения объема производства.

3. Оплата сверхурочной работы – это:
а) производительные расходы; б) непроизводительные.

4. Затраты, связанные с организацией, обслуживанием и управлением производством – это:
а) основные;
б) накладные.

5. Объем сырья, материалов, зарплаты персонала относятся к:
а) переменным затратам; б) условно-постоянным.

6. Оплата простоев – это:
а) производительные расходы; б) непроизводительные.

7. Расходы по освоению новых видов производства или продукции относятся к:
а) текущим;
б) единовременным.

8. Расходы на сырье, материалы, топливо и энергию относятся к:
а) прямым;
б) косвенным.

9. Расходы, связанные с производством продукции определенного качества относятся к:
а) производительным;
б) непроизводительным.

10. Амортизация основных фондов можно отнести к:
а) переменным затратам; б) условно-постоянным.

11. Затраты, которые не могут быть отнесены прямо на себестоимость, а подлежат предварительному распределению, относятся к:
а) прямым;
б) косвенным.

12. Расходы по реализации и сбыту продукции относятся к:
а) производственным; б) коммерческим.

13. Расходы на сырье в производство – это:

а) производительные расходы; б) непроизводительные.

14. Расходы по командировке руководителя на курсы повышения квалификации – это:
а) основные;
б) накладные.

15. Выплата премии персоналу – это:

а) материальные затраты; б) затраты на оплату труда;
в) отчисления на социальные нужды; г) амортизация основных фондов.

16. Отчисления в пенсионный фонд – это:

а) материальные затраты; б) затраты на оплату труда;
в) отчисления на социальные нужды; г) амортизация основных фондов.

1. Затраты, связанные с организацией, обслуживанием и управлением производством – это:
а) основные;
б) накладные.

2. Объем сырья, материалов, зарплаты персонала относятся к:

а) переменным затратам; б) условно-постоянным.

3. Оплата простоев – это:

а) производительные расходы; б) непроизводительные.

4. Амортизацию основных фондов можно отнести к:

а) переменным затратам; б) условно-постоянным.

5. Затраты, которые не могут быть отнесены прямо на себестоимость, а подлежат предварительному распределению, относятся к:
а) прямым;
б) косвенным.

6. Расходы по реализации и сбыту продукции относятся к:
а) производственным;
б) коммерческим.

7. Отчисления в пенсионный фонд – это:
а) материальные затраты;
б) затраты на оплату труда;
в) отчисления на социальные нужды; г) амортизация основных фондов.

8. Зарплата бригады – это:
а) одноэлементные затраты; б) комплексные.

9. Затраты на топливо и зарплату – это:
а) производительные расходы;
б) непроизводительные.

10. Затраты, которые осуществляются непосредственно в процессе производства продукции – это:
а) основные;
б) накладные.

11. Какие расходы можно условно отнести к условно-постоянным?
а) незапланированные до начала изготавления продукции и;
б) неизменяющиеся в зависимости от изменения объема производства; в) изменяющиеся в зависимости от изменения объема производства.

12. Оплата сверхурочной работы – это:
а) производительные расходы; б) непроизводительные.

13. Расходы по освоению новых видов производства или продукции относятся:
а) текущим;
б) единовременным.

14. Расходы на сырье, материалы, топливо и энергию относятся к:
а) прямым;
б) косвенным.

15. Расходы, связанные с производством продукции определенного качества относятся к:
а) производительным;
б) непроизводительным.

16. Расходы на сырье в производстве – это:
а) производительные расходы; б) непроизводительные.

17. Расходы по командировке руководителя на курсы повышения квалификации – это:
а) основные;
б) накладные.

18. Выплата премии персоналу – это:

а) материальные затраты; б)
затраты на оплату
труда; **Критерииоценки:**

При проведении зачета в форме теста следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86 % правильных ответов - 5 (отлично), 85-71 % - 4 (хорошо), 70-56 % - 3 (удовлетворительно).

Зачетныйтест

Вопрос1

1. Законоведении домашнего хозяйства-это...?

- экономика
- наука
- теория

Вопрос2

Основные функции экономики:

- познавательная
- критическая
- практическая

- прогностическая
- целевая

Вопрос3

Объектом изучения экономики выступает:

- производство
- распределение
- обмен и потребление экономических благ
- фирма

Вопрос4

Субъектами экономики являются:

- предприятия, корпоративный сектор, государственные учреждения, домашние хозяйства
- предприятия, корпоративный сектор
- государственные учреждения

Вопрос5

Главные уровни экономики:

- микроэкономика, макроэкономика, метаэкономика
- макроэкономика, метаэкономика
- микроэкономика, макроэкономика

Вопрос6

Процесс, в ходе которого люди, воздействуя с помощью средств труда на предметы труда, своей целесообразной деятельностью приспособливают предметы для удовлетворения собственных потребностей – это...?

- труд
- капитал
- ресурсы

Вопрос7

Естественные производственные ресурсы, используемые в процессе общественного производства: земля и ее недра, минеральные, лесные ресурсы, солнечная энергия, воды, воздушно-пространство, растительный и животный мир – это...?

- природные ресурсы
- капитал
- труд

Вопрос8

Средства производства и другие ресурсы, используемые в процессе производства продукции приносящие доход – это...?

- капитал
- труд
- фактор производства

Вопрос9

Предпринимательская способность – это...?

- умение объединить все производственные ресурсы в едином производстве
- средства производства и другие ресурсы, используемые в процессе производства продукции приносящие доход
- естественные производственные ресурсы, используемые в процессе общественного производства: земля и ее недра, минеральные, лесные ресурсы, солнечная энергия, воды, воздушно-пространство, растительный и животный мир

Вопрос10

Средства труда – это...?

- то, с помощью чего осуществляется производство и происходит воздействие на предметы труда
- то, из которого производят товары и услуги, т.е. их материальная основа
- совокупность предметов и средств труда

Вопрос11

Что относят к факторам производства:

- землю, труд, капитал и предпринимательские способности
- капитал и предпринимательские способности
- труд

Вопрос12

Средства производства - это...?

- совокупность предметов и средств труда
- умение объединить все производственные ресурсы в едином производстве
- естественные производственные ресурсы, используемые в процессе общественного производства: земля и ее недра, минеральные, лесные ресурсы, солнечная энергия, воды, воздух и пространство, растительный и животный мир

Вопрос13

Сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже - это...?

- спрос
- величина спроса
- предложение

Вопрос14

Величина спроса - это...?

- объем товара определенного вида, который покупатели готовы (хотя бы) приобрести на протяжении определенного периода времени при определенном уровне цен на данный товарный рынок
- сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже
- сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения на рынке в течение определенного периода времени от уровней цен, по которым этот товар может быть продан

Вопрос15

Кривая спроса - это...?

- кривая, точка которой показывают, как изменяется в течение определенного времени при покупке товаров
- объем товара определенного вида, который покупатели готовы (хотя бы) приобрести на протяжении определенного периода времени при определенном уровне цен на данный товарный рынок
- сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже

Вопрос16

Если величина спроса изменяется ($\%$) больше, чем величина цены ($\%$), то спрос называют

-
- эластичным
- неэластичным
- абсолютным

Вопрос17

Если величина спроса изменяется ($\%$) меньше, чем величина цены ($\%$), то спрос называют

- ...
- неэластичным
- эластичным
- кривым

Вопрос18

Сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения на рынке в течение определенного периода времени от уровней цен, по которым этот товар может быть продан - это...?

- предложение

- спрос
- величина предложения

Вопрос19

Величина предложения – это...?

- объем товара определенного вида, который продавцы готовы (хотят и могут) предложить в течение определенного периода времени на рынок при определенном уровне цены на этот товар
- сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения на рынке в течение определенного периода времени от уровней цен, по которым этот товар может быть продан
- сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже

Вопрос20

Кривая, показывающая количество товара или услуги, которые продавцы предлагают продаже разным ценам в течение определенного периода времени – это...?

- кривая предложения
- кривая спроса
- предложение

Критерии оценки:

При проведении изучения формируемых тестов следует учитывать следующую шкалу оценки знаний студентов: 100-86% правильных ответов - 5 (отлично), 85-71% - 4 (хорошо), 70-56% - 3 (удовлетворительно).

