

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Нагиев Рамазан Нагиевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 01.04.2025 17:51:18  
Уникальный программный ключ:  
8d9b2d75432cebd5b55675845b1efd3d7322868

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФИЛИАЛ СПБГЭУ В Г. КИЗЛЯРЕ)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Зам. директора по учебно-методической работе филиала

СПбГЭУ в г. Кизляре

 Гаджибутаева С.Р.

«28» февраля 2025 г..

**Комплект  
контрольно-оценочных средств  
по учебной дисциплине**

ОП.14 Предпринимательство в сфере креативных индустрий

Специальность: 09.02.08 Интеллектуальные интегрированные  
системы

Форма обучения - очная

Уровень образования: - среднее профессиональное образование  
(на базе основного общего образования)

Год набора: 2025

Кизляр

ОДОБРЕН

на заседании цикловой методической  
комиссии общепрофессиональных  
дисциплин и профессиональных  
модулей по специальности 09.02.08  
Интеллектуальные интегрированные  
системы

Протокол № 1 от « 28» февраля 2025 г.

Председатель

Кадрышева Ж.А.



Составлен в соответствии с  
требованиями федерального  
государственного образовательного  
стандарта по специальности 09.02.08  
Интеллектуальные интегрированные  
системы и рабочей программы учебной  
дисциплины ОП.14 Предпринимательство в  
сфере креативных индустрий

Организация-разработчик: филиал федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет» в г. Кизляре.

Разработчик:

Шиукашвили Тимур Тимурович, преподаватель

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ПАСПОРТ.....                                                                              | 4  |
| ФОС по учебной дисциплине ОП.14 Предпринимательство в сфере креативных индустрий...          | 4  |
| 2. СПЕЦИФИКАЦИИ И ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО<br>КОНТРОЛЯ.....                   | 8  |
| 3. СПЕЦИФИКАЦИИ И ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ<br>АТТЕСТАЦИИ.....            | 18 |
| 4. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С<br>ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... | 27 |

## 1. ПАСПОРТ

### ФОС по учебной дисциплине ОП.14 Предпринимательство в сфере креативных индустрий

#### 1.1. Общие положения

Фонды оценочных средств (ФОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.14 Предпринимательство в сфере креативных индустрий.

ФОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

ФОС разработаны в соответствии с:

- образовательной программой СПО по специальности 09.02.08 «Интеллектуальные интегрированные системы»;
- программы учебной дисциплины ОП.14 Предпринимательство в сфере креативных индустрий.

#### 1.2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

| Результаты обучения<br>(освоенные умения,<br>усвоенные знания) | Наименование элемента умений/знаний                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| У1                                                             | Распознавать и анализировать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;                                                          |
| У2                                                             | Определять этапы решения задачи; Реализовать составленный план;                                                                                            |
| У3                                                             | Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;                                                                    |
| У4                                                             | Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;            |
| У5                                                             | Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;Оформлять бизнес-план;                                                        |
| У6                                                             | Рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;                                                                                            |
| У7                                                             | Определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;                                                      |
| У8                                                             | Определять источники финансирования.                                                                                                                       |
| У9                                                             | Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.Организовывать работу коллектива и команды                     |
| У10                                                            | Проводить анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности; |
| У11                                                            | Разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков.              |
| 31                                                             | Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;                                                                   |
| 32                                                             | Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;                                         |
| 33                                                             | Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;Методы работы в профессиональной и смежных сферах;                                        |
| 34                                                             | Структуру плана для решения задач; Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.                                                 |
| 35                                                             | Основы предпринимательской деятельности;                                                                                                                   |
| 36                                                             | Основы финансовой грамотности;Кредитные банковские продукты.                                                                                               |

|         |                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 37      | Правила разработки бизнес-планов;                                                                                                                                                                                                    |
| 38      | Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности                                                                                                                  |
| 39      | Системы управления трудовыми ресурсами в организации;                                                                                                                                                                                |
| 310     | Способы управления конфликтами и борьбы со стрессом.                                                                                                                                                                                 |
| ОК 01.  | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;                                                                                                                                   |
| ОК 03.  | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; |
| ОК 04.  | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;                                                                                                                                                                      |
| ПК 2.4. | Консультировать заинтересованных лиц и пользователей по требованиям и работе с функциями системы.                                                                                                                                    |

### 1.3. Распределение оценивания результатов обучения по видам контроля

| Код и наименование элемента умений или знаний                                                                                                                       | Виды аттестации  |                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------|
|                                                                                                                                                                     | Текущий контроль | Промежуточная аттестация |
| У1 - Распознавать и анализировать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;<br>ОК 1                                                      | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У2 - Определять этапы решения задачи; Реализовать составленный план;<br>ОК 1                                                                                        | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У3 - Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;<br>ОК 1                                                                | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У4 - Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;<br>ОК 1; ОК 3 | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У5 - Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; Оформлять бизнес-план;<br>ОК 3                                                   | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У6 - Рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;<br>ОК 3                                                                                        | тестирование     | Дифференцированный зачет |
| У7 - Определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной                                                                        | тестирование     | Дифференцированный зачет |

|                                                                                                                                                                            |                                    |                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| деятельности;<br>ОК 3                                                                                                                                                      |                                    |                          |
| У8 - Определять источники финансирования.<br>ОК 3                                                                                                                          | тестирование                       | Дифференцированный зачет |
| У9 - Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности. Организовывать работу коллектива и команды;<br>ОК 4                      | тестирование                       | Дифференцированный зачет |
| У10 - Проводить анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности;<br>ПК 2.4 | тестирование                       | Дифференцированный зачет |
| У11 - Разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков.<br>ПК 2.4              | тестирование                       | Дифференцированный зачет |
| 31 - Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;<br>ОК 1                                                                      | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 32 - Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;<br>ОК 1                                            | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 33 - Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; Методы работы в профессиональной и смежных сферах;<br>ОК 1                                          | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 34 - Структуру плана для решения задач; Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;<br>ОК 1                                                    | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 35 - Основы предпринимательской деятельности;<br>ОК 3                                                                                                                      | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 36 - Основы финансовой грамотности; Кредитные банковские продукты;<br>ОК 3                                                                                                 | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |

|                                                                                                                                   |                                    |                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| 37 - Правила разработки бизнес-планов;<br>ОК 3                                                                                    | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 38 - Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности;<br>ОК 4 | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 39 - Системы управления трудовыми ресурсами в организации;<br>ПК 2.4                                                              | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |
| 310 - Способы управления конфликтами и борьбы со стрессом;<br>ПК 2.4.                                                             | анализ и оценка практических работ | Дифференцированный зачет |

#### 1.4 Распределение типов оценочных средств по элементам знаний и умений текущего контроля

|                                                                              | У<br>1 | У<br>2 | У<br>3 | У<br>4 | У<br>5 | У<br>6 | У<br>7 | У<br>8 | У<br>9 | У<br>10 | У<br>11 | З<br>1 | З<br>2 | З<br>3 | З<br>4 | З<br>5 | З<br>6 | З<br>7 | З<br>8 | З<br>9 | З<br>10 |
|------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| <b>Раздел 1. Производство продукта</b>                                       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
| Тема 1.1. Производство продукта                                              |        |        |        | 1<br>5 |        |        |        |        |        | 15      | 15      |        |        | 1<br>7 | 1<br>7 | 1<br>7 |        |        |        |        |         |
| <b>Раздел 2. Продвижение продукта</b>                                        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
| Тема 2.1. Продвижение продукта                                               | 1<br>5 | 1<br>5 | 1<br>5 |        | 1<br>5 |        |        |        |        |         |         | 1<br>7 | 1<br>7 |        |        |        |        |        |        |        |         |
| <b>Раздел 3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
| Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства        |        |        |        |        |        | 1<br>5 | 1<br>5 | 1<br>5 |        |         |         |        |        |        |        |        | 1<br>7 |        |        |        |         |
| <b>Раздел 4. Менеджмент</b>                                                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
| Тема 4.1. Менеджмент                                                         |        |        |        |        |        |        |        |        | 1<br>5 |         |         |        |        |        |        |        |        | 1<br>7 | 1<br>7 | 1<br>7 | 17      |

#### 1.5 Распределение типов оценочных средств по элементам знаний и умений контролируемых на промежуточной аттестации

|                                        | У<br>1 | У<br>2 | У<br>3 | У<br>4 | У<br>5 | У<br>6 | У<br>7 | У<br>8 | У<br>9 | У<br>10 | У<br>11 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 310 |
|----------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| <b>Раздел 1. Производство продукта</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Тема 1.1. Производство продукта        |        |        |        | 25     |        |        |        |        |        | 25      | 25      |    |    | 25 | 25 | 25 |    |    |    |    |     |

|                                                                              |    |    |    |  |    |    |    |    |    |  |  |    |    |  |  |  |    |    |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|--|----|----|----|----|----|--|--|----|----|--|--|--|----|----|----|
| <b>Раздел 2. Продвижение продукта</b>                                        |    |    |    |  |    |    |    |    |    |  |  |    |    |  |  |  |    |    |    |
| Тема 2.1. Продвижение продукта                                               | 25 | 25 | 25 |  | 25 |    |    |    |    |  |  | 25 | 25 |  |  |  |    |    |    |
| <b>Раздел 3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства</b> |    |    |    |  |    |    |    |    |    |  |  |    |    |  |  |  |    |    |    |
| Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства        |    |    |    |  |    | 25 | 25 | 25 |    |  |  |    |    |  |  |  | 25 |    |    |
| <b>Раздел 4. Менеджмент</b>                                                  |    |    |    |  |    |    |    |    |    |  |  |    |    |  |  |  |    |    |    |
| Тема 4.1. Менеджмент                                                         |    |    |    |  |    |    |    |    | 25 |  |  |    |    |  |  |  |    | 25 | 25 |

## 2. СПЕЦИФИКАЦИИ И ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### 2.1 Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства тестирования, практическая работа.

Тестирование предназначено для текущего контроля и оценки знаний и умений студентов по программе учебной дисциплины «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» основной профессиональной образовательной программы 09.02.08 «Интеллектуальные интегрированные системы»

Практическая работа предназначена для текущего контроля и оценки знаний и умений студентов по программе учебной дисциплины «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» основной профессиональной образовательной программы 09.02.08 «Интеллектуальные интегрированные системы»

**2.2. Контингент аттестуемых:** студенты 3 курса (на базе основного общего образования), студенты 2 курса (на базе среднего образования).

**2.3. Форма и условия аттестации:** Текущий контроль проходит по темам учебной дисциплины.

### 2.4. Время выполнения:

- 1) Тестирование  
подготовка 5 минут;  
выполнение 15-35 минут;  
оформление и сдача 5 минут;  
всего 25-45 минут.
- 2) практическая работа  
подготовка 15 минут;  
выполнение 40 минут;  
оформление и сдача 15 минут;  
всего 1 час 10 минут.

### 2.5. Варианты оценочных средств

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФИЛИАЛ СПбГЭУ В Г. КИЗЛЯРЕ)

### Тесты

по дисциплине Предпринимательство в сфере креативных индустрий

## Тема 1.1. Производство продукта

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Какие существуют виды предпринимательства?                                                                                                                                                                                                                                |
| ОК 3   | А) Государственное, производственное, коммерческое.<br>Б) Частное, финансовое, предпринимательство услуг.<br>В) Посредническое, государственное, страховое.<br>Г) Посредническое, производственное, финансовое, коммерческое.                                             |
| 2      | Какая главная цель предпринимательства?                                                                                                                                                                                                                                   |
| ОК 3   | А) производство большого количества товаров.<br>Б) предоставление широкого спектра услуг.<br>В) получение прибыли.<br>Г) удовлетворение спроса.                                                                                                                           |
| 3      | Физический капитал - это:                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 3   | А) сооружение, машины и оборудование.<br>Б) инвестиции и доходы.<br>В) финансовые ресурсы.<br>Г) капитал и другие компании.                                                                                                                                               |
| 4      | Фирма реализовала 8000 единиц товара по 500 рублей за единицу товара. Постоянные затраты на производство продукции составили 2000 рублей. Затраты на каждую единицу товара - 10 рублей. Каким будет чистый доход фирмы, если известно, что налог на доход составляет 40%? |
| ОК 1   | А) 1540345.<br>Б) 2350800.<br>В) 3683400.<br>Г) 4030550                                                                                                                                                                                                                   |
| 5      | Как называется предпринимательская деятельность без привлечения наемных работников?                                                                                                                                                                                       |
| ОК 3   | А) частное предпринимательство.<br>Б) коммунальное предприятие.<br>В) индивидуальное предпринимательство.<br>Г) некоммерческая организация.                                                                                                                               |
| 6      | Различия STEP и SWOT анализов:                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 7      | Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это ...                                                                   |
| ОК 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8      | Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли?                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 9      | Строительство или приобретение новых магазинов и складских помещений, реконструкция или модернизация действующих магазинов, формирование эффективного портфеля финансовых инструментов и т.п. – это ... цели.                                                             |
| ОК 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 10     | SWOT-анализ – это ...                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ОК 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 11     | Разбиение рынка на однородные группы потребителей, характеризующиеся общими потребностями, характеристиками, поведением называется ...                                                                                                                                    |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 12     | Емкость рынка – это                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ОК 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 13     | Что является основой для сегментации рынка?                                                                                                                                                                                                                               |
| ОК 1   | А) Потребности и желания потребителей.<br>Б) Размеры и местоположение рынка.<br>В) Цена и доступность продукта.<br>Г) Все вышеуказанное.                                                                                                                                  |
| 14     | Благодаря командам компания становится более ...                                                                                                                                                                                                                          |

|      |                                                                                                                                                                                               |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 4 | А) инициативной при выборе вариантов решений<br>Б) активной при разработке решений<br>В) гибкой в принятии решений<br>Г) дисциплинированной при исполнении решений                            |
| 15   | Что такое целевой рынок в маркетинге?                                                                                                                                                         |
| ОК 1 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                |
| 16   | Метод, основанный на выработке решений, на основе совместного обслуживания проблемы экспертами называется:                                                                                    |
| ОК 3 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                |
| 17   | Что такое процесс бизнес-планирования?                                                                                                                                                        |
| ОК 3 | А) выбор направления развития предприятия<br>Б) описание всех вариантов развития предприятия<br>В) последовательное изложение системы реализации проекта<br>Г) все перечисленное верно        |
| 18   | Что означает термин «брендинг»?                                                                                                                                                               |
| ОК 3 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                |
| 19   | Что представляет собой «брендовая стратегия»?                                                                                                                                                 |
| ОК 3 | А) Случайный выбор брендовых элементов<br>Б) Систематическое планирование и управление развитием бренда<br>В) Отсутствие стратегии в брендинге<br>Г) Долгосрочное направление развития бренда |
| 20   | Что представляет собой бренд?                                                                                                                                                                 |
| ОК 3 | А) Логотип и цветовая гамма<br>Б) Набор товаров и услуг<br>В) Совокупность восприятий и ассоциаций, связанных с компанией<br>Г) Цены и акции                                                  |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                   | № Вопроса | Ответ                                                                                              |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Г                                                                                                                                       | 11        | Сегментация (сегментирование)                                                                      |
| 2         | В                                                                                                                                       | 12        | Объем потребления товара на рынке                                                                  |
| 3         | А                                                                                                                                       | 13        | Г                                                                                                  |
| 4         | Б                                                                                                                                       | 14        | В                                                                                                  |
| 5         | В                                                                                                                                       | 15        | Группа потенциальных покупателей, на которую компания ориентируется в своих маркетинговых усилиях. |
| 6         | предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STER-анализа только ее внешняя макросреда | 16        | мозговой штурм                                                                                     |
| 7         | управленческий анализ                                                                                                                   | 17        | В                                                                                                  |
| 8         | М.Портер                                                                                                                                | 18        | Присвоение уникального имени и логотипа товару или компании                                        |
| 9         | инвестиционные                                                                                                                          | 19        | Г                                                                                                  |
| 10        | анализ возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон организации                                                          | 20        | В                                                                                                  |

## Тема 2.1. Продвижение продукта

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Что означает термин «маркетинговый микс»?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК 2.4 | А. Комбинация различных стратегий маркетинга.<br>Б. Смесь различных продуктов, продаваемых компанией.<br>В. Совокупность методов исследования рынка.<br>Г. Комплекс инструментов, используемых компанией для продвижения своего продукта или услуги.                                                                                                                    |
| 2      | Что входит в «4Р» маркетингового микса?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | А. Продукт, Цена, Распространение (Place), Продвижение (Promotion).<br>Б. Потребность, Продукт, Прибыль, Прогноз.<br>В. План, Продукт, Персонал, Партнеры.<br>Г. Покупатель, Продажи, Процесс, Профит.                                                                                                                                                                  |
| 3      | Что такое ценовая стратегия?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 4      | Что такое стратегия продвижения?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 5      | Что такое цифровой маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 6      | Что такое SEO в контексте цифрового маркетинга?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | А. Процесс управления репутацией бренда в интернете.<br>Б. Процесс оптимизации веб-сайта для улучшения его видимости в результатах поиска в интернете.<br>В. Процесс продвижения продуктов и услуг через социальные медиа.<br>Г. Процесс создания и распространения контента в интернете.                                                                               |
| 7      | Что означает B2B маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 8      | Что такое маркетинговая стратегия?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК 2.4 | А. План, по которому компания стремится достичь своих маркетинговых целей.<br>Б. Стратегия, которую компания использует для продажи своего продукта.<br>В. Долгосрочный, прямой и общий план маркетинговой деятельности, разработанный для достижения своих целей в рамках имеющихся ресурсов.<br>Г. Стратегия, используемая компанией для продвижения своего продукта. |
| 9      | Что такое реклама?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 10     | Что такое рыночная сегментация?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | А. Процесс определения цены товара или услуги.<br>Б. Процесс продажи товара или услуги.<br>В. Процесс продвижения товара или услуги.<br>Г. Процесс разделения большого однородного рынка на ясно идентифицируемые сегменты, имеющие схожие потребности, желания или характеристики потребителей.                                                                        |
| 11     | Что такое инфлюенсер-маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | А. Маркетинг, ориентированный на влиятельных людей.<br>Б. Маркетинг, который использует влиятельных людей для продажи товаров и услуг.<br>В. Форма маркетинга, которая использует ключевых лидеров мнений для распространения сообщения бренда в большей аудитории.<br>Г. Маркетинг, который использует знаменитостей для продвижения товаров и услуг.                  |
| 12     | Что такое маркетинговый микс?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 13     | Что такое маркетинговый бюджет?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 14     | Что такое стимулирование продаж?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15     | Что такое таргетированная реклама?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | А. Реклама, направленная на все возможные сегменты рынка.<br>Б. Реклама, направленная на конкретный сегмент рынка.<br>В. Реклама, направленная на определенную целевую аудиторию, основанную на различных критериях, таких как возраст, пол, местоположение, интересы и т.д.<br>Г. Реклама, направленная на конкретную географическую область.                                                                                                                                 |
| 16     | Что такое контент-маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК 2.4 | А. Маркетинг, который использует контент для привлечения новых клиентов.<br>Б. Стратегия маркетинга, ориентированная на создание и распространение ценного, актуального и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории — и, в конечном итоге, для вовлечения потребителя в действие.<br>В. Маркетинг, который использует контент для увеличения продаж.<br>Г. Маркетинг, который использует контент для увеличения узнаваемости бренда. |
| 17     | Что такое дифференциация продукта?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03  | А. Процесс создания различий между продуктами компании и продуктами конкурентов.<br>Б. Процесс создания различий между продуктами компании и продуктами конкурентов с помощью уникальных свойств продукта и/или бренда, которые делают его особенным или уникальным для целевого рынка.<br>В. Процесс создания различий между различными продуктами одной компании.<br>Г. Процесс создания различий между продуктом и его ценой.                                               |
| 18     | Что такое маркетинговый план?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПК 2.4 | А. План, который описывает все маркетинговые стратегии, которые компания планирует использовать.<br>Б. Документ или гид, который описывает текущую ситуацию маркетинга, устанавливает маркетинговые цели и определяет стратегию для достижения этих целей.<br>В. План, который описывает все продукты или услуги, которые компания планирует продавать.<br>Г. План, который описывает все рынки, на которых компания планирует работать.                                       |
| 19     | Что такое товарный жизненный цикл?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 20     | Что означает социальный маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                 | № Вопроса | Ответ                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Г                                                                                                                     | 11        | В                                                                                                                                       |
| 2         | А                                                                                                                     | 12        | Набор тактических маркетинговых инструментов, которые организация использует для достижения своих маркетинговых целей на целевом рынке. |
| 3         | План или метод, используемый компанией для определения цены своего продукта или услуги.                               | 13        | Оценка или план того, сколько компания намерена потратить на маркетинговые мероприятия в течение определенного периода времени.         |
| 4         | Комплекс действий, направленных на достижение конкретных коммуникационных целей относительно специфической аудитории. | 14        | Маркетинговая стратегия, использующая специальные предложения, чтобы мотивировать потребителей к покупке.                               |

|    |                                                                                                                                                                                         |    |                                                                                                                   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5  | Продвижение продуктов и услуг с использованием цифровых технологий, в основном в интернете, но также включая мобильные устройства, отображение рекламы и любые другие цифровые средства | 15 | С                                                                                                                 |
| 6  | Б                                                                                                                                                                                       | 16 | Б                                                                                                                 |
| 7  | Маркетинг, ориентированный на продажу товаров и услуг другим компаниям или организациям.                                                                                                | 17 | Б                                                                                                                 |
| 8  | В                                                                                                                                                                                       | 18 | Б                                                                                                                 |
| 9  | Форма маркетинговой коммуникации, используемая для продвижения или продажи продукта, идеи или услуги.                                                                                   | 19 | Период времени, в течение которого продукт проходит через различные стадии от внедрения до выхода из рынка.       |
| 10 | Г                                                                                                                                                                                       | 20 | Применение маркетинговых принципов и техник для влияния на общественное мнение и изменение социального поведения. |

### Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства

|       |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Целью предпринимательства является:                                                                                                                                                                                                                       |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2     | _____ - инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли от получения имущества, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке. |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3     | Формы предпринимательства бывают:                                                                                                                                                                                                                         |
| ОК 03 | А) индивидуальное, совместное;<br>Б) индивидуальное, партнерское, корпоративное;<br>В) частное, общее, государственное.                                                                                                                                   |
| 4     | Инвестиции в создание или приобретение объектов основных средств являются:                                                                                                                                                                                |
| ОК 03 | А. капитальными вложениями<br>Б. текущими затратами<br>В. портфельными инвестициями                                                                                                                                                                       |
| 5     | Собственными источниками финансирования инвестиций являются:                                                                                                                                                                                              |
| ОК 03 | А. прибыль и амортизационные отчисления<br>Б. оборотные активы предприятия<br>В. выручка и доходы будущих периодов<br>Г. дебиторская задолженность                                                                                                        |
| 6     | Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:                                                                                                           |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                            |
| 7     | В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8     | Риск – это...                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                            |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9     | Какой из видов производственного риска приводит к оттоку клиентов и проблемам со спросом?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 10    | Стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на производство и реализацию называется:                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 11    | Ценовые стратегии разрабатываются                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03 | А. при изменении цены своего товара конкурентом<br>Б. при несоответствии цены на товар спросу<br>В. при соответствии спроса и предложения<br>Г. при установлении цены на новый товар                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 12    | Объекты налогообложения УСН                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ОК 03 | А. доходы, уменьшенные на величину расходов<br>Б. доходы<br>В. расходы<br>Г. прибыль                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 13    | К косвенным налогам относятся:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03 | а) Налог на добавленную стоимость<br>б) Налог на прибыль организаций<br>в) Земельный налог<br>г) Транспортный налог                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 14    | Налог — это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ОК 03 | а) обязательный, индивидуальный, безвозмездный или возмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц;<br>б) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц;<br>в) обязательный, индивидуальный, безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц;<br>г) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и индивидуальных предпринимателей. |
| 15    | Через сколько лет налогоплательщик, перешедший с УСН на иной режим налогообложения, вправе вновь перейти на УСН после того, как он утратил право на применение УСН?                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 16    | Уставный капитал ООО складывается из:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 03 | а) номинальной стоимости акций общества;<br>б) собственных сбережений директора ООО;<br>в) стоимости вкладов его участников                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 17    | Какие права имеет собственник в отношении принадлежащего ему имущества:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ОК 03 | а) право владения;<br>б) право владения и пользования;<br>в) право владения, пользования и распоряжения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 18    | Отметьте документы, которые входят в перечень документов, необходимых для государственной регистрации организации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03 | а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации<br>б) свидетельство о государственной регистрации<br>в) набор документов, (учредительный договор, учредительные документы)<br>г) документ об уплате государственной пошлины.                                                                                                                                                                                             |
| 19    | Юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками, - это:                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 20    | Отметьте два документа, которые выдает налоговая инспекция заявителю, подтверждающие регистрацию организации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|       |                                                                                                                                                                                                   |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 03 | а) свидетельство о государственной регистрации юридического лица,<br>б) свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц,<br>в) учредительный договор,<br>г) устав |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                                | № Вопроса | Ответ                      |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------|
| 1         | Систематическое получение прибыли                                                                                                                    | 11        | А, Б, Г                    |
| 2         | Предпринимательская деятельность                                                                                                                     | 12        | А, Б                       |
| 3         | Б                                                                                                                                                    | 13        | А                          |
| 4         | А                                                                                                                                                    | 14        | В                          |
| 5         | А                                                                                                                                                    | 15        | один год                   |
| 6         | анализ безубыточности                                                                                                                                | 16        | В                          |
| 7         | обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности                                             | 17        | В                          |
| 8         | следствие действия либо бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения неопределенных результатов различного характера | 18        | А, В, Г.                   |
| 9         | нестабильность качества товаров и услуг                                                                                                              | 19        | некоммерческие организации |
| 10        | себестоимостью продукции                                                                                                                             | 20        | А, Б                       |

#### Тема 4.1. Менеджмент

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Основными функциями менеджмента являются:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК 2.4 | А) организация, планирование, контроль;<br>Б) планирование, контроль, мотивация, руководство;<br>В) организация, мотивация, контроль, управление;<br>Г) организация, мотивация, контроль, планирование, координация.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2      | Организационная структура управления – это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3      | Назовите этапы принятия управленческих решений:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | А) оценка проблемной ситуации, постановка целей, разработка возможных альтернатив решения проблемы, выбор оптимального решения, организация и контроль выполнения принятого решения;<br>Б) признание и необходимость решения, разработка альтернатив, реализация решения;<br>В) подготовка управленческого решения, принятие решения, организация исполнения;<br>Г) оценка проблемной ситуации, постановка целей, задач, сбор необходимой информации, разработка альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив, организация и контроль выполнения решения, обратная связь и корректировка. |
| 4      | Методы управления организацией основанные на личной, материальной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | заинтересованности сотрудников в результатах труда называются:                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | А. социально-психологическими;<br>Б. организационно-распорядительными;<br>В. экономическими;<br>Г. административными.                                                                                                                                                                                                                                      |
| 5      | Общими функциями менеджмента являются:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 2.4 | А. планирование, организация, координация, мотивация и контроль<br>Б. организация, мотивация, кооперация и контроль<br>В. планирование, координация, контроль<br>Г. нет правильного варианта ответа                                                                                                                                                        |
| 6      | Что представляет собой моделирование бизнес-процессов?                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 7      | Что такое «карта процесса» в управлении бизнес-процессами?                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8      | Что представляет собой анализ бизнес-процессов?                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 9      | Что подразумевается под термином «моделирование бизнес-процессов»?                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 10     | Что представляет собой «нотация бизнес-процессов»?                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 11     | Понятие коммуникация характеризуется:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 04  | А. передачей информации с целью получения ответа<br>Б. обмен информацией о идеях или переживаниях<br>В. передача информации от источника во вне<br>Г. воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы                                                                                                                               |
| 12     | В конце делового совещания руководитель должен:                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 04  | А. четко сформулировать решения, принятые в ходе коллективного обсуждения<br>Б. назвать ответственных исполнителей<br>В. выделить основные моменты рассматриваемого вопроса                                                                                                                                                                                |
| 13     | Фиксация договоренности является:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 04  | А. заключительным элементом основной части деловой беседы<br>Б. элементом заключительного этапа деловой беседы<br>В. заключительным элементом подготовительной части деловой беседы                                                                                                                                                                        |
| 14     | Свободное оперативное совещание:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ОК 04  | А. регулярно собирается для решения оперативных вопросов по плану в определенные дни<br>Б. характерна разработка повестки дня с регламентацией времени на выступления и обсуждение рассматриваемой проблемы<br>В. может не иметь регламентированной повестки дня, зачастую проводится без председателя и сводится к обмену мнениями по какому-либо вопросу |
| 15     | В каких случаях необходимо проведение делового совещания:                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ОК 04  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 16     | Назначение бизнес-плана состоит в следующем:                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ОК 03  | А. изучить перспективы развития будущего рынка сбыта<br>Б. обнаружить возможные опасности;<br>В. определить критерии и показатели оценки бизнеса<br>Г. оценить затраты для изготовления и сбыта продукции<br>Д. верны все варианты.                                                                                                                        |
| 17     | Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ОК 03  | А. социальные, организационные, коммерческие<br>Б. технические, коммерческие, социальные<br>В. экономические, социальные, организационные                                                                                                                                                                                                                  |
| 18     | Какой вид бизнес-плана должен храниться у руководителя фирмы и предъявляться ограниченному числу заинтересованных лиц, самым серьезным участникам бизнеса?                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19    | Целью бизнес-плана может быть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ОК 03 | А. описание различных вариантов развития предприятия<br>Б. только описание конкурентов<br>В. только продвижение на рынок руководителя предприятия<br>Г. получение кредита или привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия                                                                                                                                                                           |
| 20    | Если бизнес-план составлен в виде «резюме», то он содержит                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03 | А. все расчеты по альтернативным вариантам развития предприятия<br>Б. все разделы бизнес-плана (компьютерные версии) по предлагаемому варианту и не обязательно — подробные расчеты по альтернативным вариантам<br>В. краткие выводы по каждому разделу бизнес-плана без обоснования и расчетов<br>Г. все расчеты, справки, свидетельства и тому подобные материалы, — всю «кухню» получения тех или иных результатов |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                      | № Вопроса | Ответ                                                                                     |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Г                                                                                                                                          | 11        | Г                                                                                         |
| 2         | упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого; | 12        | А, Б                                                                                      |
| 3         | Г                                                                                                                                          | 13        | А                                                                                         |
| 4         | В                                                                                                                                          | 14        | В                                                                                         |
| 5         | А                                                                                                                                          | 15        | когда нужно сделать важное сообщение, которое может вызвать вопросы, требующие обсуждения |
| 6         | Визуализация и анализ текущих или будущих процессов.                                                                                       | 16        | Д                                                                                         |
| 7         | Графическое представление последовательности шагов в бизнес-процессе                                                                       | 17        | В                                                                                         |
| 8         | Изучение, оценка и улучшение текущих процессов в организации                                                                               | 18        | Полный                                                                                    |
| 9         | Анализ, описание и визуализация бизнес-процессов                                                                                           | 19        | Г                                                                                         |
| 10        | метод составления блок-схем, отображающий этапы выполнения бизнес-процесса от начала до конца.                                             | 20        | В                                                                                         |

Критерии оценок студентов при прохождении тестирования:  
Оценка «5» - если верно выполнено от 86% до 100% всех заданий.  
Оценка «4» - если верно выполнено от 70% до 85% всех заданий.  
Оценка «3» - если верно выполнено от 56% до 69 % всех заданий.  
Оценка «2» - если верно выполнено менее 56% всех заданий.

### 3. СПЕЦИФИКАЦИИ И ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 3.1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантам оценочных средств: Дифференцированный зачет.

Дифференцированный зачет предназначен для промежуточной аттестации и оценки знаний и умений студентов по программе учебной дисциплины «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» основной профессиональной образовательной программы 09.02.08 «Интеллектуальные интегрированные системы»

**3.2. Контингент аттестуемых:** студенты 3 курса (на базе основного общего образования), студенты 2 курса (на базе среднего образования).

#### 3.3. Форма и условия аттестации:

Аттестация проводится в форме дифференцированного зачета по завершению освоения учебного материала учебной дисциплины и при положительных результатах текущего контроля.

Дифференцированный зачет проходит в форме тестирования.

#### 3.4. Время выполнения:

подготовка 5 минут;  
выполнение 40 минут;  
оформление и сдача 5 минут;  
всего 50 минут.

#### 3.5. Перечень заданий

##### Тема 1.1. Производство продукта

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Какие существуют виды предпринимательства?                                                                                                                                                                                                                                |
| ОК 3 | А) Государственное, производственное, коммерческое.<br>Б) Частное, финансовое, предпринимательство услуг.<br>В) Посредническое, государственное, страховое.<br>Г) Посредническое, производственное, финансовое, коммерческое.                                             |
| 2    | Какая главная цель предпринимательства?                                                                                                                                                                                                                                   |
| ОК 3 | А) производство большого количества товаров.<br>Б) предоставление широкого спектра услуг.<br>В) получение прибыли.<br>Г) удовлетворение спроса.                                                                                                                           |
| 3    | Физический капитал - это:                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 3 | А) сооружение, машины и оборудование.<br>Б) инвестиции и доходы.<br>В) финансовые ресурсы.<br>Г) капитал и другие компании.                                                                                                                                               |
| 4    | Фирма реализовала 8000 единиц товара по 500 рублей за единицу товара. Постоянные затраты на производство продукции составили 2000 рублей. Затраты на каждую единицу товара - 10 рублей. Каким будет чистый доход фирмы, если известно, что налог на доход составляет 40%? |
| ОК 1 | А) 1540345.<br>Б) 2350800.<br>В) 3683400.<br>Г) 4030550                                                                                                                                                                                                                   |
| 5    | Как называется предпринимательская деятельность без привлечения наемных работников?                                                                                                                                                                                       |
| ОК 3 | А) частное предпринимательство.<br>Б) коммунальное предприятие.<br>В) индивидуальное предпринимательство.<br>Г) некоммерческая организация.                                                                                                                               |

|        |                                                                                                                                                                                                               |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6      | Различия STEP и SWOT анализов:                                                                                                                                                                                |
| OK 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 7      | Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это ...       |
| OK 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 8      | Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли?                                                                                                                                                          |
| OK 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 9      | Строительство или приобретение новых магазинов и складских помещений, реконструкция или модернизация действующих магазинов, формирование эффективного портфеля финансовых инструментов и т.п. – это ... цели. |
| OK 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 10     | SWOT-анализ – это ...                                                                                                                                                                                         |
| OK 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 11     | Разбиение рынка на однородные группы потребителей, характеризующиеся общими потребностями, характеристиками, поведением называется ...                                                                        |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 12     | Емкость рынка – это                                                                                                                                                                                           |
| OK 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 13     | Что является основой для сегментации рынка?                                                                                                                                                                   |
| OK 1   | А) Потребности и желания потребителей.<br>Б) Размеры и местоположение рынка.<br>В) Цена и доступность продукта.<br>Г) Все вышеуказанное.                                                                      |
| 14     | Благодаря командам компания становится более ...                                                                                                                                                              |
| OK 4   | А) инициативной при выборе вариантов решений<br>Б) активной при разработке решений<br>В) гибкой в принятии решений<br>Г) дисциплинированной при исполнении решений                                            |
| 15     | Что такое целевой рынок в маркетинге?                                                                                                                                                                         |
| OK 1   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 16     | Метод, основанный на выработке решений, на основе совместного обслуживания проблемы экспертами называется:                                                                                                    |
| OK 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 17     | Что такое процесс бизнес-планирования?                                                                                                                                                                        |
| OK 3   | А) выбор направления развития предприятия<br>Б) описание всех вариантов развития предприятия<br>В) последовательное изложение системы реализации проекта<br>Г) все перечисленное верно                        |
| 18     | Что означает термин «брендинг»?                                                                                                                                                                               |
| OK 3   | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                |
| 19     | Что представляет собой «брендовая стратегия»?                                                                                                                                                                 |
| OK 3   | А) Случайный выбор брендовых элементов<br>Б) Систематическое планирование и управление развитием бренда<br>В) Отсутствие стратегии в брендинге<br>Г) Долгосрочное направление развития бренда                 |
| 20     | Что представляет собой бренд?                                                                                                                                                                                 |
| OK 3   | А) Логотип и цветовая гамма<br>Б) Набор товаров и услуг<br>В) Совокупность восприятий и ассоциаций, связанных с компанией<br>Г) Цены и акции                                                                  |

| № Вопроса | Ответ | № Вопроса | Ответ       |
|-----------|-------|-----------|-------------|
| 1         | Г     | 11        | Сегментация |

|    |                                                                                                                                          |    |                                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                          |    | (сегментирование)                                                                                  |
| 2  | В                                                                                                                                        | 12 | Объем потребления товара на рынке                                                                  |
| 3  | А                                                                                                                                        | 13 | Г                                                                                                  |
| 4  | Б                                                                                                                                        | 14 | В                                                                                                  |
| 5  | В                                                                                                                                        | 15 | Группа потенциальных покупателей, на которую компания ориентируется в своих маркетинговых усилиях. |
| 6  | предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEEP-анализа только ее внешняя макросреда | 16 | мозговой штурм                                                                                     |
| 7  | управленческий анализ                                                                                                                    | 17 | В                                                                                                  |
| 8  | М.Портер                                                                                                                                 | 18 | Присвоение уникального имени и логотипа товару или компании                                        |
| 9  | инвестиционные                                                                                                                           | 19 | Г                                                                                                  |
| 10 | анализ возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон организации                                                           | 20 | В                                                                                                  |

## Тема 2.1. Продвижение продукта

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Что означает термин «маркетинговый микс»?                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | А. Комбинация различных стратегий маркетинга.<br>Б. Смесь различных продуктов, продаваемых компанией.<br>В. Совокупность методов исследования рынка.<br>Г. Комплекс инструментов, используемых компанией для продвижения своего продукта или услуги.                                      |
| 2      | Что входит в «4Р» маркетингового микса?                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК 2.4 | А. Продукт, Цена, Распространение (Place), Продвижение (Promotion).<br>Б. Потребность, Продукт, Прибыль, Прогноз.<br>В. План, Продукт, Персонал, Партнеры.<br>Г. Покупатель, Продажи, Процесс, Профит.                                                                                    |
| 3      | Что такое ценовая стратегия?                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 4      | Что такое стратегия продвижения?                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5      | Что такое цифровой маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 6      | Что такое SEO в контексте цифрового маркетинга?                                                                                                                                                                                                                                           |
| ПК 2.4 | А. Процесс управления репутацией бренда в интернете.<br>Б. Процесс оптимизации веб-сайта для улучшения его видимости в результатах поиска в интернете.<br>В. Процесс продвижения продуктов и услуг через социальные медиа.<br>Г. Процесс создания и распространения контента в интернете. |
| 7      | Что означает B2B маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8      | Что такое маркетинговая стратегия?                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 2.4 | А. План, по которому компания стремится достичь своих маркетинговых целей.<br>Б. Стратегия, которую компания использует для продажи своего продукта.                                                                                                                                      |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | В. Долгосрочный, прямой и общий план маркетинговой деятельности, разработанный для достижения своих целей в рамках имеющихся ресурсов.<br>Г. Стратегия, используемая компанией для продвижения своего продукта.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 9      | Что такое реклама?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 10     | Что такое рыночная сегментация?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ПК 2.4 | А. Процесс определения цены товара или услуги.<br>Б. Процесс продажи товара или услуги.<br>В. Процесс продвижения товара или услуги.<br>Г. Процесс разделения большого однородного рынка на ясно идентифицируемые сегменты, имеющие схожие потребности, желания или характеристики потребителей.                                                                                                                                                                               |
| 11     | Что такое инфлюенсер-маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ПК 2.4 | А. Маркетинг, ориентированный на влиятельных людей.<br>Б. Маркетинг, который использует влиятельных людей для продажи товаров и услуг.<br>В. Форма маркетинга, которая использует ключевых лидеров мнений для распространения сообщения бренда в большей аудитории.<br>Г. Маркетинг, который использует знаменитостей для продвижения товаров и услуг.                                                                                                                         |
| 12     | Что такое маркетинговый микс?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 13     | Что такое маркетинговый бюджет?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 14     | Что такое стимулирование продаж?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 15     | Что такое таргетированная реклама?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК 2.4 | А. Реклама, направленная на все возможные сегменты рынка.<br>Б. Реклама, направленная на конкретный сегмент рынка.<br>В. Реклама, направленная на определенную целевую аудиторию, основанную на различных критериях, таких как возраст, пол, местоположение, интересы и т.д.<br>Г. Реклама, направленная на конкретную географическую область.                                                                                                                                 |
| 16     | Что такое контент-маркетинг?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК 2.4 | А. Маркетинг, который использует контент для привлечения новых клиентов.<br>Б. Стратегия маркетинга, ориентированная на создание и распространение ценного, актуального и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории — и, в конечном итоге, для вовлечения потребителя в действие.<br>В. Маркетинг, который использует контент для увеличения продаж.<br>Г. Маркетинг, который использует контент для увеличения узнаваемости бренда. |
| 17     | Что такое дифференциация продукта?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03  | А. Процесс создания различий между продуктами компании и продуктами конкурентов.<br>Б. Процесс создания различий между продуктами компании и продуктами конкурентов с помощью уникальных свойств продукта и/или бренда, которые делают его особенным или уникальным для целевого рынка.<br>В. Процесс создания различий между различными продуктами одной компании.<br>Г. Процесс создания различий между продуктом и его ценой.                                               |
| 18     | Что такое маркетинговый план?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПК 2.4 | А. План, который описывает все маркетинговые стратегии, которые компания планирует использовать.<br>Б. Документ или гид, который описывает текущую ситуацию маркетинга, устанавливает маркетинговые цели и определяет стратегию для достижения этих целей.<br>В. План, который описывает все продукты или услуги, которые компания планирует продавать.                                                                                                                        |

|        |                                                                               |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------|
|        | Г. План, который описывает все рынки, на которых компания планирует работать. |
| 19     | Что такое товарный жизненный цикл?                                            |
| ОК 03  | Впишите ответ:                                                                |
| 20     | Что означает социальный маркетинг?                                            |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                                                                   | № Вопроса | Ответ                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Г                                                                                                                                                                                       | 11        | В                                                                                                                                       |
| 2         | А                                                                                                                                                                                       | 12        | Набор тактических маркетинговых инструментов, которые организация использует для достижения своих маркетинговых целей на целевом рынке. |
| 3         | План или метод, используемый компанией для определения цены своего продукта или услуги.                                                                                                 | 13        | Оценка или план того, сколько компания намерена потратить на маркетинговые мероприятия в течение определенного периода времени.         |
| 4         | Комплекс действий, направленных на достижение конкретных коммуникационных целей относительно специфической аудитории.                                                                   | 14        | Маркетинговая стратегия, использующая специальные предложения, чтобы мотивировать потребителей к покупке.                               |
| 5         | Продвижение продуктов и услуг с использованием цифровых технологий, в основном в интернете, но также включая мобильные устройства, отображение рекламы и любые другие цифровые средства | 15        | С                                                                                                                                       |
| 6         | Б                                                                                                                                                                                       | 16        | Б                                                                                                                                       |
| 7         | Маркетинг, ориентированный на продажу товаров и услуг другим компаниям или организациям.                                                                                                | 17        | Б                                                                                                                                       |
| 8         | В                                                                                                                                                                                       | 18        | Б                                                                                                                                       |
| 9         | Форма маркетинговой коммуникации, используемая для продвижения или продажи продукта, идеи или услуги.                                                                                   | 19        | Период времени, в течение которого продукт проходит через различные стадии от внедрения до выхода из рынка.                             |
| 10        | Г                                                                                                                                                                                       | 20        | Применение маркетинговых принципов и техник для влияния на общественное мнение и изменение социального поведения.                       |

### Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Целью предпринимательства является: |
|---|-------------------------------------|

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2     | _____ - инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли от получения имущества, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке.                                                              |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3     | Формы предпринимательства бывают:                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 03 | А) индивидуальное, совместное;<br>Б) индивидуальное, партнерское, корпоративное;<br>В) частное, общее, государственное.                                                                                                                                                                                                |
| 4     | Инвестиции в создание или приобретение объектов основных средств являются:                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 03 | А. капитальными вложениями<br>Б. текущими затратами<br>В. портфельными инвестициями                                                                                                                                                                                                                                    |
| 5     | Собственными источниками финансирования инвестиций являются:                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ОК 03 | А. прибыль и амортизационные отчисления<br>Б. оборотные активы предприятия<br>В. выручка и доходы будущих периодов<br>Г. дебиторская задолженность                                                                                                                                                                     |
| 6     | Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:                                                                                                                                                                        |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 7     | В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 8     | Риск – это...                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 9     | Какой из видов производственного риска приводит к оттоку клиентов и проблемам со спросом?                                                                                                                                                                                                                              |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 10    | Стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на производство и реализацию называется:                                                                                  |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 11    | Ценовые стратегии разрабатываются                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 03 | А. при изменении цены своего товара конкурентом<br>Б. при несоответствии цены на товар спросу<br>В. при соответствии спроса и предложения<br>Г. при установлении цены на новый товар                                                                                                                                   |
| 12    | Объекты налогообложения УСН                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03 | А. доходы, уменьшенные на величину расходов<br>Б. доходы<br>В. расходы<br>Г. прибыль                                                                                                                                                                                                                                   |
| 13    | К косвенным налогам относятся:                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ОК 03 | а) Налог на добавленную стоимость<br>б) Налог на прибыль организаций<br>в) Земельный налог<br>г) Транспортный налог                                                                                                                                                                                                    |
| 14    | Налог — это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ОК 03 | а) обязательный, индивидуальный, безвозмездный или возмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц;<br>б) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц;<br>в) обязательный, индивидуальный, безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц; |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | г) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и индивидуальных предпринимателей.                                                                                                                               |
| 15    | Через сколько лет налогоплательщик, перешедший с УСН на иной режим налогообложения, вправе вновь перейти на УСН после того, как он утратил право на применение УСН?                                                                            |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                 |
| 16    | Уставный капитал ООО складывается из:                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03 | а) номинальной стоимости акций общества;<br>б) собственных сбережений директора ООО;<br>в) стоимости вкладов его участников                                                                                                                    |
| 17    | Какие права имеет собственник в отношении принадлежащего ему имущества:                                                                                                                                                                        |
| ОК 03 | а) право владения;<br>б) право владения и пользования;<br>в) право владения, пользования и распоряжения                                                                                                                                        |
| 18    | Отметьте документы, которые входят в перечень документов, необходимых для государственной регистрации организации                                                                                                                              |
| ОК 03 | а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации<br>б) свидетельство о государственной регистрации<br>в) набор документов, (учредительный договор, учредительные документы)<br>г) документ об уплате государственной пошлины. |
| 19    | Юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками, - это:                                                                                         |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                 |
| 20    | Отметьте два документа, которые выдает налоговая инспекция заявителю, подтверждающие регистрацию организации                                                                                                                                   |
| ОК 03 | а) свидетельство о государственной регистрации юридического лица,<br>б) свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц,<br>в) учредительный договор,<br>г) устав                                              |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                                | № Вопроса | Ответ    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|
| 1         | Систематическое получение прибыли                                                                                                                    | 11        | А, Б, Г  |
| 2         | Предпринимательская деятельность                                                                                                                     | 12        | А, Б     |
| 3         | Б                                                                                                                                                    | 13        | А        |
| 4         | А                                                                                                                                                    | 14        | В        |
| 5         | А                                                                                                                                                    | 15        | один год |
| 6         | анализ безубыточности                                                                                                                                | 16        | В        |
| 7         | обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности                                             | 17        | В        |
| 8         | следствие действия либо бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения неопределенных результатов различного характера | 18        | А, В, Г. |

|    |                                         |    |                            |
|----|-----------------------------------------|----|----------------------------|
| 9  | нестабильность качества товаров и услуг | 19 | некоммерческие организации |
| 10 | себестоимостью продукции                | 20 | А, Б                       |

#### Тема 4.1. Менеджмент

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Основными функциями менеджмента являются:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК 2.4 | А) организация, планирование, контроль;<br>Б) планирование, контроль, мотивация, руководство;<br>В) организация, мотивация, контроль, управление;<br>Г) организация, мотивация, контроль, планирование, координация.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2      | Организационная структура управления – это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3      | Назовите этапы принятия управленческих решений:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | А) оценка проблемной ситуации, постановка целей, разработка возможных альтернатив решения проблемы, выбор оптимального решения, организация и контроль выполнения принятого решения;<br>Б) признание и необходимость решения, разработка альтернатив, реализация решения;<br>В) подготовка управленческого решения, принятие решения, организация исполнения;<br>Г) оценка проблемной ситуации, постановка целей, задач, сбор необходимой информации, разработка альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив, организация и контроль выполнения решения, обратная связь и корректировка. |
| 4      | Методы управления организацией основанные на личной, материальной заинтересованности сотрудников в результатах труда называются:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ПК 2.4 | А. социально-психологическими;<br>Б. организационно-распорядительными;<br>В. экономическими;<br>Г. административными.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5      | Общими функциями менеджмента являются:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК 2.4 | А. планирование, организация, координация, мотивация и контроль<br>Б. организация, мотивация, кооперация и контроль<br>В. планирование, координация, контроль<br>Г. нет правильного варианта ответа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6      | Что представляет собой моделирование бизнес-процессов?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 7      | Что такое «карта процесса» в управлении бизнес-процессами?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 8      | Что представляет собой анализ бизнес-процессов?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 9      | Что подразумевается под термином «моделирование бизнес-процессов»?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 10     | Что представляет собой «нотация бизнес-процессов»?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ПК 2.4 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 11     | Понятие коммуникация характеризуется:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ОК 04  | А. передачей информации с целью получения ответа<br>Б. обмен информацией о идеях или переживаниях<br>В. передача информации от источника во вне<br>Г. воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 12     | В конце делового совещания руководитель должен:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 04  | А. четко сформулировать решения, принятые в ходе коллективного обсуждения<br>Б. назвать ответственных исполнителей<br>В. выделить основные моменты рассматриваемого вопроса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 13     | Фиксация договоренности является:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 04 | А. заключительным элементом основной части деловой беседы<br>Б. элементом заключительного этапа деловой беседы<br>В. заключительным элементом подготовительной части деловой беседы                                                                                                                                                                                                                                   |
| 14    | Свободное оперативное совещание:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 04 | А. регулярно собирается для решения оперативных вопросов по плану в определенные дни<br>Б. характерна разработка повестки дня с регламентацией времени на выступления и обсуждение рассматриваемой проблемы<br>В. может не иметь регламентированной повестки дня, зачастую проводится без председателя и сводится к обмену мнениями по какому-либо вопросу                                                            |
| 15    | В каких случаях необходимо проведение делового совещания:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ОК 04 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 16    | Назначение бизнес-плана состоит в следующем:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 03 | А. изучить перспективы развития будущего ранка сбыта<br>Б. обнаружить возможные опасности;<br>В. определить критерии и показатели оценки бизнеса<br>Г. оценить затраты для изготовления и сбыта продукции<br>Д. верны все варианты.                                                                                                                                                                                   |
| 17    | Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 03 | А. социальные, организационные, коммерческие<br>Б. технические, коммерческие, социальные<br>В. экономические, социальные, организационные                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 18    | Какой вид бизнес-плана должен храниться у руководителя фирмы и предъявляться ограниченному числу заинтересованных лиц, самым серьезным участникам бизнеса?                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03 | Впишите ответ:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 19    | Целью бизнес-плана может быть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ОК 03 | А. описание различных вариантов развития предприятия<br>Б. только описание конкурентов<br>В. только продвижение на рынок руководителя предприятия<br>Г. получение кредита или привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия                                                                                                                                                                           |
| 20    | Если бизнес-план составлен в виде «резюме», то он содержит                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОК 03 | А. все расчеты по альтернативным вариантам развития предприятия<br>Б. все разделы бизнес-плана (компьютерные версии) по предлагаемому варианту и не обязательно — подробные расчеты по альтернативным вариантам<br>В. краткие выводы по каждому разделу бизнес-плана без обоснования и расчетов<br>Г. все расчеты, справки, свидетельства и тому подобные материалы, — всю «кухню» получения тех или иных результатов |

| № Вопроса | Ответ                                                                                                                                      | № Вопроса | Ответ                                               |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------|
| 1         | Г                                                                                                                                          | 11        | Г                                                   |
| 2         | упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого; | 12        | А, Б                                                |
| 3         | Г                                                                                                                                          | 13        | А                                                   |
| 4         | В                                                                                                                                          | 14        | В                                                   |
| 5         | А                                                                                                                                          | 15        | когда нужно сделать важное сообщение, которое может |

|    |                                                                                                |    |                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------|
|    |                                                                                                |    | вызвать вопросы, требующие обсуждения |
| 6  | Визуализация и анализ текущих или будущих процессов.                                           | 16 | Д                                     |
| 7  | Графическое представление последовательности шагов в бизнес-процессе                           | 17 | В                                     |
| 8  | Изучение, оценка и улучшение текущих процессов в организации                                   | 18 | Полный                                |
| 9  | Анализ, описание и визуализация бизнес-процессов                                               | 19 | Г                                     |
| 10 | метод составления блок-схем, отображающий этапы выполнения бизнес-процесса от начала до конца. | 20 | В                                     |

Критерии оценок студентов при прохождении тестирования:  
Оценка «5» - если верно выполнено от 86% до 100% всех заданий.  
Оценка «4» - если верно выполнено от 70% до 85% всех заданий.  
Оценка «3» - если верно выполнено от 56% до 69 % всех заданий.  
Оценка «2» - если верно выполнено менее 56% всех заданий.

#### 4. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся(обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 4.1. - Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

| Категории обучающихся по нозологиям | Методы обучения |
|-------------------------------------|-----------------|
|-------------------------------------|-----------------|

|                                             |                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| с нарушениями зрения                        | Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой                  | Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения:                                                                                                                                                                                    |
|                                             | Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой  | визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие. |
| С нарушениями слуха                         | Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный                | визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха:                                                                                                                                                                              |
|                                             | Слабослышащие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой | аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.        |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- визуально-кинестетические;</li> <li>- аудио-визуальные;</li> <li>- аудиально-кинестетические;</li> <li>- аудио-визуально-кинестетические.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |

Таблица 4.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

| Категории обучающихся по нозологиям         |               | Образовательные ресурсы |                                                                             |                                                |                                                 |                                                                                   |
|---------------------------------------------|---------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                                             |               | Электронные             |                                                                             |                                                |                                                 | Печатные                                                                          |
|                                             |               | мультимедиа             | графические                                                                 | аудио                                          | текстовые, электронные аналоги печатных изданий |                                                                                   |
| С нарушениями зрения                        | Слепые        | АФ                      | АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)) | +                                              | АЭ (например, аудио описание)                   | АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л. Брайля) |
|                                             | Слабовидящие  | АФ                      | АФ                                                                          | +                                              | АФ                                              | АФ                                                                                |
| С нарушениями слуха                         | Глухие        | АФ                      | +                                                                           | АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки) | +                                               | +                                                                                 |
|                                             | Слабослышащие | АФ                      | +                                                                           | АФ                                             | +                                               | +                                                                                 |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата |               | +                       | +                                                                           | +                                              | +                                               | +                                                                                 |

Таблица 4.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

| Категории обучающихся по нозологиям         | Форма контроля и оценки результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| С нарушениями зрения                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>устная проверка:</i> дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>- <i>с использованием компьютера и специального ПО:</i> работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.</li> </ul>     |
| С нарушениями слуха                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>письменная проверка:</i> контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>- <i>с использованием компьютера и специального ПО:</i> работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.</li> </ul> |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>письменная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> </ul>                                                                                            |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>- устная проверка, с использованием специальных технических средств(средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</p> <p>- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### **4.1. Задания для текущего контроля для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями**

*Текущий контроль и промежуточная аттестация* обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

*Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ* направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

#### **4.2. Задания для промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями**

*Форма промежуточной аттестации* устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

*Промежуточная аттестация*, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.