

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Нагиев Рамазан Нагиевич
Должность: Директор
Дата подписания: 01.04.2025 17:53:01
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 среднего 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 КОНТРОЛЯ.....	8
3. СПЕЦИФИКАЦИИ И ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	18
4. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С 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 (освоенные умения, 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; ОК 1	тестирование	Дифференцированный зачет
У2 - Определять этапы решения задачи; Реализовать составленный план; ОК 1	тестирование	Дифференцированный зачет
У3 - Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; ОК 1	тестирование	Дифференцированный зачет
У4 - Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; ОК 1; ОК 3	тестирование	Дифференцированный зачет
У5 - Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; Оформлять бизнес-план; ОК 3	тестирование	Дифференцированный зачет
У6 - Рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; ОК 3	тестирование	Дифференцированный зачет
У7 - Определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной	тестирование	Дифференцированный зачет

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

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

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

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

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

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

Раздел 2. Продвижение продукта																			
Тема 2.1. Продвижение продукта	25	25	25		25							25	25						
Раздел 3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства																			
Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства						25	25	25									25		
Раздел 4. Менеджмент																			
Тема 4.1. Менеджмент									25								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 тестирование, 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. Б) Частное, финансовое, предпринимательство услуг. В) Посредническое, государственное, страховое. Г) Посредническое, производственное, финансовое, коммерческое.
2	Какая главная цель предпринимательства?
ОК 3	А) производство большого количества товаров. Б) предоставление широкого спектра услуг. В) получение прибыли. Г) удовлетворение спроса.
3	Физический капитал - это:
ОК 3	А) сооружение, машины и оборудование. Б) инвестиции и доходы. В) финансовые ресурсы. 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. Б) 2350800. В) 3683400. Г) 4030550
5	Как называется предпринимательская деятельность без привлечения наемных работников?
ОК 3	А) частное предпринимательство. Б) коммунальное предприятие. В) индивидуальное предпринимательство. 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. Б) Размеры и местоположение рынка. В) Цена и доступность продукта. Г) Все вышеуказанное.
14	Благодаря командам компания становится более ...

ОК 4	А) инициативной при выборе вариантов решений Б) активной при разработке решений В) гибкой в принятии решений 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 Б) описание всех вариантов развития предприятия В) последовательное изложение системы реализации проекта 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 Б) Систематическое планирование и управление развитием бренда В) Отсутствие стратегии в брендинге Г) Долгосрочное направление развития бренда
20	Что представляет собой бренд?
ОК 3	А) Логотип и цветовая гамма Б) Набор товаров и услуг В) Совокупность восприятий и ассоциаций, связанных с компанией 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. Б. Смесь различных продуктов, продаваемых компанией. В. Совокупность методов исследования рынка. 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). Б. Потребность, Продукт, Прибыль, Прогноз. В. План, Продукт, Персонал, Партнеры. 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. Б. Процесс оптимизации веб-сайта для улучшения его видимости в результатах поиска в интернете. В. Процесс продвижения продуктов и услуг через социальные медиа. 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. 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. 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. Б. Процесс продажи товара или услуги. В. Процесс продвижения товара или услуги. 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. Б. Маркетинг, который использует влиятельных людей для продажи товаров и услуг. В. Форма маркетинга, которая использует ключевых лидеров мнений для распространения сообщения бренда в большей аудитории. 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. Б. Реклама, направленная на конкретный сегмент рынка. В. Реклама, направленная на определенную целевую аудиторию, основанную на различных критериях, таких как возраст, пол, местоположение, интересы и т.д. Г. Реклама, направленная на конкретную географическую область.
16	Что такое контент-маркетинг?
ПК 2.4	А. Маркетинг, который использует контент для привлечения новых клиентов. 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. В. Маркетинг, который использует контент для увеличения продаж. 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. 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. В. Процесс создания различий между различными продуктами одной компании. 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. Б. Документ или гид, который описывает текущую ситуацию маркетинга, устанавливает маркетинговые цели и определяет стратегию для достижения этих целей. 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; Б) индивидуальное, партнерское, корпоративное; В) частное, общее, государственное.
4	Инвестиции в создание или приобретение объектов основных средств являются:
ОК 03	А. капитальными вложениями Б. текущими затратами В. портфельными инвестициями
5	Собственными источниками финансирования инвестиций являются:
ОК 03	А. прибыль и амортизационные отчисления Б. оборотные активы предприятия В. выручка и доходы будущих периодов 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 Б. при несоответствии цены на товар спросу В. при соответствии спроса и предложения Г. при установлении цены на новый товар
12	Объекты налогообложения УСН
ОК 03	А. доходы, уменьшенные на величину расходов Б. доходы В. расходы Г. прибыль
13	К косвенным налогам относятся:
ОК 03	а) Налог на добавленную стоимость б) Налог на прибыль организаций в) Земельный налог г) Транспортный налог
14	Налог — это:
ОК 03	а) обязательный, индивидуальный, безвозмездный или возмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц; б) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц; 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; б) собственных сбережений директора ООО; в) стоимости вкладов его участников
17	Какие права имеет собственник в отношении принадлежащего ему имущества:
ОК 03	а) право владения; б) право владения и пользования; 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 б) свидетельство о государственной регистрации в) набор документов, (учредительный договор, учредительные документы) 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, б) свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц, в) учредительный договор, 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; Б) планирование, контроль, мотивация, руководство; В) организация, мотивация, контроль, управление; 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; Б) признание и необходимость решения, разработка альтернатив, реализация решения; В) подготовка управленческого решения, принятие решения, организация исполнения; 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; Б. организационно-распорядительными; В. экономическими; Г. административными.
5	Общими функциями менеджмента являются:
ПК 2.4	А. планирование, организация, координация, мотивация и контроль Б. организация, мотивация, кооперация и контроль В. планирование, координация, контроль 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 Б. обмен информацией о идеях или переживаниях В. передача информации от источника во вне 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 Б. назвать ответственных исполнителей В. выделить основные моменты рассматриваемого вопроса
13	Фиксация договоренности является:
ОК 04	А. заключительным элементом основной части деловой беседы Б. элементом заключительного этапа деловой беседы 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 Б. характерна разработка повестки дня с регламентацией времени на выступления и обсуждение рассматриваемой проблемы 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 Б. обнаружить возможные опасности; В. определить критерии и показатели оценки бизнеса Г. оценить затраты для изготовления и сбыта продукции Д. верны все варианты.
17	Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:
ОК 03	А. социальные, организационные, коммерческие Б. технические, коммерческие, социальные 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 Б. только описание конкурентов В. только продвижение на рынок руководителя предприятия 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 Б. все разделы бизнес-плана (компьютерные версии) по предлагаемому варианту и не обязательно — подробные расчеты по альтернативным вариантам В. краткие выводы по каждому разделу бизнес-плана без обоснования и расчетов 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. Б) Частное, финансовое, предпринимательство услуг. В) Посредническое, государственное, страховое. Г) Посредническое, производственное, финансовое, коммерческое.
2	Какая главная цель предпринимательства?
ОК 3	А) производство большого количества товаров. Б) предоставление широкого спектра услуг. В) получение прибыли. Г) удовлетворение спроса.
3	Физический капитал - это:
ОК 3	А) сооружение, машины и оборудование. Б) инвестиции и доходы. В) финансовые ресурсы. 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. Б) 2350800. В) 3683400. Г) 4030550
5	Как называется предпринимательская деятельность без привлечения наемных работников?
ОК 3	А) частное предпринимательство. Б) коммунальное предприятие. В) индивидуальное предпринимательство. 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. Б) Размеры и местоположение рынка. В) Цена и доступность продукта. Г) Все вышеуказанное.
14	Благодаря командам компания становится более ...
OK 4	А) инициативной при выборе вариантов решений Б) активной при разработке решений В) гибкой в принятии решений 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 Б) описание всех вариантов развития предприятия В) последовательное изложение системы реализации проекта 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 Б) Систематическое планирование и управление развитием бренда В) Отсутствие стратегии в брендинге Г) Долгосрочное направление развития бренда
20	Что представляет собой бренд?
OK 3	А) Логотип и цветовая гамма Б) Набор товаров и услуг В) Совокупность восприятий и ассоциаций, связанных с компанией 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. Б. Смесь различных продуктов, продаваемых компанией. В. Совокупность методов исследования рынка. 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). Б. Потребность, Продукт, Прибыль, Прогноз. В. План, Продукт, Персонал, Партнеры. 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. Б. Процесс оптимизации веб-сайта для улучшения его видимости в результатах поиска в интернете. В. Процесс продвижения продуктов и услуг через социальные медиа. 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. 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. 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. Б. Процесс продажи товара или услуги. В. Процесс продвижения товара или услуги. 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. Б. Маркетинг, который использует влиятельных людей для продажи товаров и услуг. В. Форма маркетинга, которая использует ключевых лидеров мнений для распространения сообщения бренда в большей аудитории. 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. Б. Реклама, направленная на конкретный сегмент рынка. В. Реклама, направленная на определенную целевую аудиторию, основанную на различных критериях, таких как возраст, пол, местоположение, интересы и т.д. Г. Реклама, направленная на конкретную географическую область.
16	Что такое контент-маркетинг?
ПК 2.4	А. Маркетинг, который использует контент для привлечения новых клиентов. 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. В. Маркетинг, который использует контент для увеличения продаж. 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. 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. В. Процесс создания различий между различными продуктами одной компании. 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. Б. Документ или гид, который описывает текущую ситуацию маркетинга, устанавливает маркетинговые цели и определяет стратегию для достижения этих целей. 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; Б) индивидуальное, партнерское, корпоративное; В) частное, общее, государственное.
4	Инвестиции в создание или приобретение объектов основных средств являются:
ОК 03	А. капитальными вложениями Б. текущими затратами В. портфельными инвестициями
5	Собственными источниками финансирования инвестиций являются:
ОК 03	А. прибыль и амортизационные отчисления Б. оборотные активы предприятия В. выручка и доходы будущих периодов 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 Б. при несоответствии цены на товар спросу В. при соответствии спроса и предложения Г. при установлении цены на новый товар
12	Объекты налогообложения УСН
ОК 03	А. доходы, уменьшенные на величину расходов Б. доходы В. расходы Г. прибыль
13	К косвенным налогам относятся:
ОК 03	а) Налог на добавленную стоимость б) Налог на прибыль организаций в) Земельный налог г) Транспортный налог
14	Налог — это:
ОК 03	а) обязательный, индивидуальный, безвозмездный или возмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц; б) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц; 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; б) собственных сбережений директора ООО; в) стоимости вкладов его участников
17	Какие права имеет собственник в отношении принадлежащего ему имущества:
ОК 03	а) право владения; б) право владения и пользования; 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 б) свидетельство о государственной регистрации в) набор документов, (учредительный договор, учредительные документы) 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, б) свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц, в) учредительный договор, 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; Б) планирование, контроль, мотивация, руководство; В) организация, мотивация, контроль, управление; 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; Б) признание и необходимость решения, разработка альтернатив, реализация решения; В) подготовка управленческого решения, принятие решения, организация исполнения; 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; Б. организационно-распорядительными; В. экономическими; Г. административными.
5	Общими функциями менеджмента являются:
ПК 2.4	А. планирование, организация, координация, мотивация и контроль Б. организация, мотивация, кооперация и контроль В. планирование, координация, контроль 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 Б. обмен информацией о идеях или переживаниях В. передача информации от источника во вне 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 Б. назвать ответственных исполнителей В. выделить основные моменты рассматриваемого вопроса
13	Фиксация договоренности является:

ОК 04	А. заключительным элементом основной части деловой беседы Б. элементом заключительного этапа деловой беседы 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 Б. характерна разработка повестки дня с регламентацией времени на выступления и обсуждение рассматриваемой проблемы 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 Б. обнаружить возможные опасности; В. определить критерии и показатели оценки бизнеса Г. оценить затраты для изготовления и сбыта продукции Д. верны все варианты.
17	Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:
ОК 03	А. социальные, организационные, коммерческие Б. технические, коммерческие, социальные 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 Б. только описание конкурентов В. только продвижение на рынок руководителя предприятия 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 Б. все разделы бизнес-плана (компьютерные версии) по предлагаемому варианту и не обязательно — подробные расчеты по альтернативным вариантам В. краткие выводы по каждому разделу бизнес-плана без обоснования и расчетов 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	- визуально-кинестетические; - аудио-визуальные; - аудиально-кинестетические; - аудио-визуально-кинестетические.

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	- <i>устная проверка:</i> дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; - <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.
С нарушениями слуха	- <i>письменная проверка:</i> контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; - <i>с использованием компьютера и специального ПО:</i> работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	- <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.;

	- устная проверка, с использованием специальных технических средств(средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; - 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.
--	--

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.