



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»
ФГБОУ ВПО «РГУТиС»

Филиал ФГБОУ ВПО «РГУТиС» в г. Махачкале

Директор филиала
ФГБОУ ВПО «РГУТиС»
в г. Махачкале
Ханбабаева З.М.

«29» августа 2015 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ОД.2 «БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

основной образовательной программы высшего образования – программы
академического бакалавриата
по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»
профиль: экономика и финансы организаций
Квалификация: бакалавр

Разработчик:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
доцент		к.э.н., доцент Даитов В.В.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании Совета филиала:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
секретарь		к.филос.н Курбанова А.М.

Фонд оценочных средств согласован и одобрен руководителем ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
доцент		к.э.н., доцент Даитов В.В.



Примеры контрольных вопросов и тестовых заданий:

Раздел 1

- 1) Понятие предпринимательской идеи.
- 2) Банк идей. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи:

генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.

- 3) Понятие бизнес-плана. Его общая характеристика. Цели составления бизнес-плана.

Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.

- 4) Цели и планы в бизнес организации. Их уровни и значение.
- 5) Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования.
- 6) Бизнес - процессы и бизнес - проекты.
- 7) Внутрифирменное планирование: стратегическое(перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее(тактическое).
- 8) Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирование.
- 9) Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью
- 10) Функции бизнес-плана при управлении бизнесом.
- 11) Управление текущей деятельностью и развитием предприятия.
- 12) Управленческий бизнес-план. Управление предприятием.
- 13) Принятие разовых решений по отдельным вопросам управления.
- 14) Типология бизнес-планов: управленческие; бизнес-планы проектов; разовые бизнес-планы.

Раздел 2

1. Укажите, что является главным в определении маркетинга:

- а) снижение издержек производства;
- б) повышение качества жизни;
- в) удовлетворение потребностей потребителя;
- г) сбыт товара.



2. Конъюнктура рынка характеризуется наличием колеблющегося спроса, задачей маркетинга в этом случае является:

- а) оживить потребность;
- б) найти потребность и создать товар ее удовлетворяющий;
- в) синхронизировать спрос;
- г) поддерживать удовлетворение.

3. Одна из концепций развития маркетинга называется «концепция социально-этичного маркетинга», в чем ее сущность:

- а) фирма сосредотачивает усилия на совершенствовании производства;
- б) фирма определяет потребности рынка и приспособливает к ним производство и сбыт;
- в) фирма сосредотачивает усилия на совершенствовании товара;
- г) фирма при достижении целей учитывает потребности потребителей, интересы фирмы и интересы общества.

4. Укажите, что из ниже перечисленных факторов окружающей среды маркетинга может контролироваться фирмой:

- а) экономика;
- б) выбор целевого рынка;
- в) научно-технический прогресс;
- г) средства массовой информации.

5. К вторичной маркетинговой информации относятся:

- а) материалы наблюдения;
- б) материалы анкетного опроса;
- в) материалы внутренней отчетности организации;
- г) материалы специально организованного исследования.

6. Методом проведения маркетингового исследования является:

- а) анкета;
- б) процедура выборки;
- в) наблюдение;
- г) личный контакт.

7. Среди ниже перечисленных факторов влияющих на покупательское поведение выберите тот, который относится к социальным факторам:

- а) тип личности;
- б) семья;
- в) общественное положение;
- г) восприятие.



Раздел 3

1. Перечислите основные источники финансирования организации.
2. В чем заключается эффект финансового рычага?
3. Что показывает уровень финансового рычага?
4. В чем проявляется сущность плеча финансового рычага?
5. Дайте определение дифференциала финансового рычага.
6. Что показывает индекс финансового рычага?
7. Дайте оценку целесообразности привлечения заемного капитала.
8. Какие факторы учитываются при разработке стратегии финансирования?
9. Дайте характеристику источникам инвестированного капитала.
10. Методика расчета стоимости источников капитала.
11. Методика расчета безрисковой доходности бизнес-проекта.
12. Дайте характеристику двух способов оценки инвестиционной привлекательности организации на основе показателей инвестиционного анализа.
13. Рассчитайте показатели инвестиционной привлекательности организации по данным ее бухгалтерской отчетности.
14. Определите фазу жизненного цикла бизнеса и оцените инвестиционную привлекательность бизнес-проекта.
15. Риск как категория рыночной экономики.
16. Субъективная и объективная характеристика уровня риска.
17. Выбор оптимальной стратегии на основе оценки соответствия ожидаемой прибыли допустимому уровню риска.
18. Основные ситуации, рассматриваемые в теории решений: ситуация риска, ситуация неопределенности и конфликт.
19. Виды стратегии поведения в условиях риска и неопределенности: нейтральная, осторожная и азартная. Виды функций полезности, соответствующих этим стратегиям.
20. Источники информации о рисках.
21. Виды рисков и методика оценки в бизнес-планировании.
22. Какие существуют подходы к оценке рисков и инвестиционной привлекательности?

1. Составление бизнес-плана позволит:
 - 1.1. Принимать важнейшие деловые решения, призванные определить направления действий и добиваться минимизации ресурсов.
 - 1.2. Собирать важнейшую информацию о состоянии отрасли и рынка.
 - 1.3. Ставить конкретные цели и выбирать показатели, используемые для измерения продвижения к ним.

Правильные ответы: 1.2 и 1.3.



2. Реализация бизнес-плана даст возможность:

- 2.1. Понимать финансовые аспекты вашего бизнеса, включая движение денежных средств и требования самокупаемости.
- 2.2. Успешно привлекать финансовые ресурсы.
- 2.3. Расширять бизнес в любых новых направлениях.

Правильные ответы: 2.1 и 2.2.

3. Бизнес-план представляет собой:

- 3.1. Рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы.
- 3.2. Развернутую программу, осуществления бизнес-проекта, предусматривающую оценку доходов и расходов.
- 3.3. Дорожную карту, необходимую для того, чтобы добраться до места назначения: от базовой концепции бизнеса до регистрации предприятия.

Правильные ответы: 3.1 и 3.2.

4. Укажите методы проведения исследования рынка:

- 4.1. Статистическое наблюдение.
- 4.2. Информационные интервью.
- 4.3. Опросы.
- 4.4. Фокус-группы.

Правильные ответы: 4.2, 4.3, 4.4.

5. Установление контроля над бизнесом осуществляется посредством открытия возможностей управления с помощью:

- 5.1. Маркетинга, как разработки маркетингового плана, основанного на четком определении рынка и оценках вашей отрасли и уровня конкуренции в ней.
- 5.2. Операций, как оценки и установления процедур, размещения персонала и внедрения трудовых процессов, необходимых с точки зрения повседневного управления бизнесом.
- 5.3. Финансов, как реалистичного планирования потоков денежных средств, доходов и расходов, точек самокупаемости и каналов информации, позволяющих получить исчерпывающую картину финансового состояния.
- 5.4. Долгосрочного развития, как постановки конкретных целей, определении узловых событий, разработки плана входа в отрасль (в случаях, когда это целесообразно) и определения принципов позиционирования компании в ответ на внутренние и внешние изменения.

Правильные ответы: 5.1, 5.2, 5.3.

6. Процесс бизнес-планирования должны направлять следующие факторы:

- 6.1. концепция планирования;



- 6.2. понимание целевого рынка;
 - 6.3. состояние здоровья и тенденции развития отрасли.
- Правильные ответы: 6.2, 6.3.

7. Наибольший вклад в успех бизнеса вносят:
- 7.1. динамичный фокус бизнеса и стратегическая позиция.
 - 7.2. квалифицированное управление;
 - 7.3. способность привлекать, мотивировать и удерживать сотрудников.
- Правильные ответы: 7.2, 7.3.

8. Процесс бизнес-планирования предполагает:
- 8.1. текущий контроль;
 - 8.2. предвидение изменений и приспособление к ним;
 - 8.3. ценности и целостность компании.
- Правильные ответы: 8.2, 8.3.

9. В качестве элементов успешных предприятий рассматривается:
- 9.1. Что-то новое (товар, услуга, возможности, технологии).
 - 9.2. Нечто лучшее (усовершенствование имеющихся товаров или услуг (расширение возможностей, снижение цены, повышение надежности, скорости или новый уровень удобств).
 - 9.3. Известный рынок.
 - 9.4. Новая система поставок или канал распределения.
 - 9.5. Повышение степени интеграции (когда товар изготавливается и продается одной и той же компанией или когда предлагается расширенный выбор услуг или продуктов на одном географическом рынке).
- Правильные ответы: 9.1, 9.2, 9.4, 9.5.

10. Концепция бизнеса представляет собой:
- 10.1. Сжатое и емкое изложение основных принципов организации или развития бизнеса.
 - 10.2. Бизнес-модель организации компании.
 - 10.3. Специальный инструмент для исследования бизнес-системы,
 - 10.4. Описание его фундаментальной цели бизнеса.
- Правильные ответы: 10.1, 10.2, 10.4.

11. Важные аспекты концепции бизнеса:
- 11.1. Потребности/спрос
 - 11.2. Потребители/дистрибьюторы
 - 11.3. Предложения товаров и услуг
 - 11.4. Ключевая мотивация



11.5 Уровень конкуренции.

Правильные ответы: 11.1, 11.2, 11.3, 11.5.

12. В процессе проведения конкурентного анализа сосредоточьте внимание на следующих моментах:

- 12.1. кто является вашими главными конкурентами;
- 12.2. на какой основе вы соперничаете;
- 12.3. в чем состоит различие между вашей компанией и ее конкурентами;
- 12.4. кто может составить вам конкуренцию в будущем;
- 12.5. какие барьеры препятствуют входу на рынок ваших конкурентов.

Правильные ответы: 12.1, 12.2, 12.3, 12.4.

13. Ваши стратегические позиции находятся там, где объединяются:

- 13.1. ваши сильные стороны и интересы;
- 13.2. тенденции и направления развития отрасли;
- 13.3. изменения и новые возможности рынка;
- 13.4. конкурентные изменения и перспективы;
- 13.5. возможности, обусловленные отработанными технологиями.

Правильные ответы: 13.1, 13.2, 13.3, 13.4.

14. Маркетинговая организация компании предполагает осуществление контроля над основными элементами операций компании ("маркетинг-микс"):

- 14.1. реализуемым товаром (Товар — Product);
- 14.2. ценовой политикой (Цена — Price);
- 14.3. продвижением товара (Продвижение — Promotion);
- 14.4. методами распределения (Место — Place);
- 14.5. методами планирования (План — Plan).

Правильные ответы: 14.1, 14.2, 14.3, 14.4.

15. Процесс маркетингового планирования включает в себя:

- 15.1. выполнение маркетинговых исследований внутри и вне фирмы;
- 15.2. анализ сильных и слабых сторон компании;
- 15.3. предположения;
- 15.4. финансовые прогнозы.

Правильные ответы: 15.1, 15.2, 15.3.

16. Разработка стратегии продаж предполагает:

- 16.1. установление целей бизнеса;
- 16.2. разработку стратегий маркетинга;
- 16.3. определение маркетинговых программ;
- 16.4. составление бюджетов;
- 16.5. пересмотр результатов и целей, маркетинговых стратегий и программ.



Правильные ответы: 16.2, 16.3, 16.4.16.5.

17. Производственная программа включает следующие основные разделы:

17.1 План по производству продукции предприятия.

17.2. План выпуска продукции на экспорт.

17.3. План сертификации продукции.

17.4. План реализации продукции.

Правильные ответы: 17.1, 17.2, 17.4.

18. Определение номенклатуры и объема выпуска продукции осуществляется с учетом следующих факторов:

18.1. максимально возможного объема выпуска продукции;

18.2. минимальной себестоимости изготовления изделий;

18.3. наличия платежеспособного спроса потребителей на каждую позицию номенклатуры;

18.4. износа оборудования.

Правильные ответы: 18.1, 18.2, 18.3.

19. Общая сумма инвестиционных затрат включает в себя:

19.1. первоначальные инвестиции;

19.2. основной капитал;

19.3. оборотный капитал;

19.4. производственные издержки.

Правильные ответы: 19.2, 19.3, 19.4.

20. У организации, подверженной какому либо риску, есть несколько принципиальных путей:

20.1. полностью избежать риска;

20.2. частично избежать риска.

20.3. изменить риск до приемлемого уровня;

20.4. передать риск кому-то другому;

20.5. принять риск на себя.

Правильные ответы: 20.1, 20.3, 20.4, 20.5.

Примерный перечень экзаменационных вопросов:

1. Цель, задачи, предмет дисциплины.

2. Понятие, назначение и сущность категории: «бизнес-планирование»; предприятие в системе бизнес-планирования: миссия, цели.

3. Основные виды и организационно-правовые формы предприятий.

4. Значение бизнес-планирования в управлении предприятием.

5. Функции и принципы планирования на предприятии.



6. Основные участники бизнеса.
7. Особенности составления бизнес-плана и его структура.
8. Система планирования и классификация основных видов.
9. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане.
10. Методология разработки бизнес-плана и содержание основных разделов.
11. Общие характеристики и комплексный анализ рынка.
12. Классификация и сегментация рынков.
13. Конъюнктура и конкурентные позиции и формирование ассортиментной политики на рынке.
14. Методология ценообразования на рынке товаров и услуг.
15. Маркетинговая программа и исследования
16. Сущность, функции и определение финансов
17. Основные элементы финансовой системы
18. Источники финансирования и инвестиций
19. Налогообложение в системе бизнес-планирования
20. Общие требования к показателям эффективности инвестиционных проектов
21. Общие понятия и классификация рисков
22. Анализ сильных и слабых сторон организации в бизнес-среде.