

*Приложение
к ОПОП по специальности
19.02.10 Технология продукции общественного питания*

**Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение
«Суражский промышленно-аграрный техникум»**

**Комплект контрольно-оценочных средств
по дисциплине**

ОП.07. Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Сураж, 2020

Комплект контрольно – оценочных средств (КОСов) по дисциплине ОП.07 «**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**» разработан на основе Федерального образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности СПО **19.02.10. Технология продукции общественного питания**

Приказ Минобрнауки России от 22 апреля 2014 №384 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания»

Организация – разработчик: ГАПОУ СПАТ

Разработчики:

Значкова О.С., преподаватель спецдисциплин высшей категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-измерительных материалов по дисциплине «<u>Основы экономики, менеджмента и маркетинга</u>»	4
2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке.....	5
3. Контроль и оценка освоения учебной дисциплины.....	7
4.Задания для оценки освоения дисциплины.....	9

I. Паспорт комплекта контрольно- оценочных средств по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1. Область применения, форма аттестации

Контрольно-оценочные средства (КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

КОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме тестовых заданий и итогового контроля.

КОС разработан на основании:

- основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 19.02.10. Технология продукции общественного питания
- программы учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

1.2. Форма аттестации

Формой аттестации по учебной дисциплине является экзамен.

2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

2.1. В результате аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также динамика формирования общих профессиональных компетенций.

2.2. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения экономической теории;

- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны сформироваться общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1 – 1.3

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1 – 2.3

ПК 2.1. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

ПК 2.2. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1 – 3.4

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК 3.3. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК 3.4. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 4.1 – 4.4

ПК 4.1. Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК 4.2. Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1 – 5.2

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. –6.5.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 6.5. Вести утверждённую учётно-отчётную документацию.

3.Контроль и оценка освоения учебной дисциплины по темам (разделам)

Наименование разделов, тем	Раздел 1							Раздел 2.			Раздел 3.	
	ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ							ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА			ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	
	Тема 1.1. Экономика как система общественного производства	Тема 1.2. Предприятие как субъект хозяйствования	Тема 1.3. Производственные фонды и издержки производства в общественном питании	Тема 1.4. Ценообразование на предприятиях общественного питания	Тема 1.5. Выпуск продукции и товарооборот предприятий общественного питания	Тема 1.6. Доходы и прибыль на предприятиях общественного питания	Тема 1.7. Основы предпринимательства и бизнес - планирование	Тема 2.1. Сущность, цели и задачи менеджмента	Тема 2.2. Управление производственным персоналом на предприятиях общественного питания	Тема 2.3. Коммуникации в управлении	Тема 3.1. Основы маркетинга услуг общественного питания	Тема 3.2. Маркетинговый подход к организации работы на предприятиях общественного питания

Виды контроля	ТК						ТК			ТК		
												ПК
Промежуточная аттестация: экзамен												

4.3. Задания для оценки освоения дисциплины

4.1. Тестовые задания

Раздел 1. Основы экономики

Тестовое задание 1.

1. Перечислить основные неценовые факторы спроса.
2. Что представляют собой взаимозаменяемые товары? Привести примеры.
3. При повышении цен на ресурсы:
 - а) предложение товаров увеличивается;
 - б) предложение товаров сокращается;
 - в) предложение товаров остаётся неизменным;
 - г) не проявляется ни одно из вышеперечисленных.
4. Что значит эластичный спрос? Привести примеры эластичных товаров.
5. Из правой колонки выбрать определения к терминам из левой колонки:

А. Предпринимательство	1. Общество, уставной капитал которого разделен на одинаковое число равных долей, выраженных акциями.
Б. Юридическое лицо	2. Самостоятельная, инициативная деятельность субъекта, которая работает от своего имени, на свой страх и риск, под свою ответственность.
В. Предприятие	3. Предприятия, где основная цель не получения и увеличения прибыли.
Г. Некоммерческое предприятие	4. Самостоятельный хозяйственный субъект, предназначенный для производства продукции, выполнения работ или оказания услуг.
Д. трест	5. Слияние предприятий в единый производственный комплекс.
Е. пул	6. Объединение предприятий одной отрасли.
Ж. картель	7. Объединение предпринимателей, предусматривающие особый порядок распределения прибылей его участников.
З. Акционерное общество (АО)	8. Организация, предприятие, фирма, выступающая в качестве единого, самостоятельного носителя прав и обязанностей.

6. Перечислить виды предпринимательской деятельности.
7. Смешанные предприятия – это:
 - А) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям своей страны.
 - Б) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям двух или нескольких стран.
 - В) предприятия, капитал которых принадлежит иностранным предпринимателям, полностью или частично обеспечивающим контроль.
8. Что представляют собой постоянные издержки? Привести примеры постоянных издержек.
9. Дать краткую характеристику оптовым ценам.
10. Выбрать из перечня, что относится к основному капиталу: а) сырье, б) здания, в) машины, г) электроплита, д) материалы, е) продукты питания, ж) инструменты и приспособления

Тестовое задание 2.

1. Перечислить основные неценовые факторы предложения.
2. Что представляют собой взаимодополняющие товары? Привести примеры.
3. При повышении цены на очки:
 - а) спрос на них будет повышаться;
 - б) спрос на них будет понижаться;
 - в) спрос остаётся неизменным;
 - г) не проявляется ни одно из вышеперечисленных.
4. Что значит неэластичный спрос? Привести примеры неэластичных товаров.

5. Из правой колонки выбрать определения к терминам из левой колонки:

А. Предприниматель	1. Гражданин, человек, участвующий в какой – либо деятельности.
Б. физическое лицо	2. Компания, в состав активов которой входят контрольные пакеты акций других предприятий.
В. Собственность	3. Предприятие, основная цель которого получение и увеличение прибыли.
Г. Коммерческое предприятие	4. Разновидность картельного соглашения, которое предполагает сбыт продукции через единый сбытовой орган, создаваемый в форме АО или ООО.
Д. Корпорация	5. Форма объединения с исключительно высоким уровнем концентрации и централизации капитала и производства.
Е. Концерн	6. Система производственных отношений между людьми по поводу владения, пользования и распоряжения имуществом.
Ж. Синдикат	7. Открытое акционерное общество, в котором акционер несет ограниченную ответственность по обязательствам и долгам общества только в пределах суммы, уплаченной за акции.
З. Холдинг	8. Человек, занимающийся бизнесом.

6. Перечислить виды коммерческих предприятий по организационно – правовым формам.
7. Иностранное предприятие – это:
 - А) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям своей страны.
 - Б) предприятия, капитал которых принадлежит предпринимателям двух или нескольких стран.
 - В) предприятия, капитал которых принадлежит иностранным предпринимателям, полностью или частично обеспечивающим контроль.
8. Что представляют собой переменные (прямые) издержки?
9. Дать краткую характеристику розничной цене.
10. Выбрать из перечня, что относится к оборотному капиталу: а) сырье, Б) здания, В) машины, г) электроплита, д) материалы, е) продукты питания, Ж) инструменты и приспособления.

ЭТАЛОН ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ

Тестовое задание 1.

1. 1. изменение вкуса потребителей, 2. Изменение числа покупателей, 3.изменение доходов,4. Изменение цен на сопряженные товары,5. Изменение в ожидании потребителей, 6. Степень удовлетворения потребителей.
2. Взаимзаменяемые товары - это группы товаров, удовлетворяющие приблизительно одну и ту же потребность людей. Например, чай и кофе, масло маргарин, «Москвич» и «Жигули» и т.д.
3. А.
4. Это значит, что даже небольшое изменение цены сильно изменяют объем покупок, т.е. величину спроса.эластичные товары – это предметы роскоши, от приобретения которых можно отказаться: шуба, автомобиль.
5. А 2, Б 8, В 4, Г 3, Д 5, Е 7, Ж 6, З 1
6. 1.Производственное2.Коммерческое(торговое)3.Финансовое4.Посредничество
5.Страховое.
7. Б.
8. **Постоянные издержки** – это те затраты организации, сумма которых остается одной и той же при небольших изменениях объемов производства товаров или услуг. Например,
 - арендная плата за использование производственных или офисных помещений;
 - затраты, связанные с использованием оборудования;
 - выплаты в погашение ранее полученных от банка ссуд;
 - всевозможные административные расходы.
9. **Оптовые цены** (цены изготовителя) – это цены, по которым продукция реализуется крупными партиями в условиях оптовой торговли. Обычно по оптовым ценам предприятия-производители реализуют продукцию либо друг другу, либо торговым посредникам.
10. Б,В,Г.

ЭТАЛОН ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ

Тестовое задание 2.

1. Изменение цен на ресурсы. 2. Изменние технологии.3. изменение налогов и субсидий.
4. Изменение цен на другие товары.5. Погодные условия. 6. Изменение числа производителей.
2. Взаимодополняющие товары – это «неразлучные» товарные пары, спрос на которые предъявляется одновременно. Например, фотоаппарат и фотопленка, автомобиль и бензин, часы и батарейки к ним и т.д.).
3. Б.
4. Если даже очень большое изменение цены лишь ненамного изменяет объем покупок, то спрос неэластичен. Неэластичный товар – это прежде всего товар первой необходимости: продукты питания, хлеб, молоко, соль, масло, сахар и т.д.
5. А 8, Б 1, В 6, Г 3, Д7, Е 5, Ж 4, З 2.
6. 1. ИП –индивидуальный преприниматель,2. ПК – производственный кооператив, 3. Уп- унитарное предприятие, 4. ХО – хозяйственные объединения..
7. В
8. **Переменные (прямые) издержки** – это прямые затраты на производство (оказание услуг), которые растут (сокращаются) при любом увеличении (уменьшении) объемов производства.
Например: издержки на приобретение сырья, материалов, отчисления на социальное страхование работников, почасовая оплата труда, затраты на электроэнергию, топливо и т.д.)
9. **Розничными** называются цены, по которым товары продаются в розничной торговой сети индивидуальным покупателям. По розничным ценам обычно реализуются товары народного потребления населению и в меньшей мере – предприятиям, организациям, предпринимателям.
10. А,Д,Е,Ж.

Раздел 2. Основы менеджмента

Тестовое задание №1.

1. Менеджмент –
 - А) это труд людей, направленный на организацию и координацию деятельности трудовых коллективов и отдельных работников в процессе производства продукции, оказания услуг.
 - Б) это наука о изучении рынка.
 - В) это система управления производством и процесс управления людьми, с целью получения прибыли.
2. В чем заключается цель управления?
3. Что представляет собой управленческий учет?
4. Записать три уровня управления.
5. Что такое предприятие?
6. Какие 2 вида контроля широко используют организации. Записать эти виды и дать им краткую характеристику.
7. Что представляет собой мотивационная структура?
8. Перечислить все общие методы управления.
9. Что является главным звеном управления?
10. Кем осуществляется принятие решения и что оно представляет собой?

Тестовое задание №2.

Тема раздела Сущность, цели и задачи менеджмента

1. Управление -
 - А) это труд людей, направленный на организацию и координацию деятельности трудовых коллективов и отдельных работников в процессе производства продукции, оказания услуг.
 - Б) это наука о изучении рынка.
 - В) это система управления производством и процесс управления людьми, с целью получения прибыли.
2. Главная цель менеджмента предприятия общественного питания -
3. Дать определение , кто такой менеджер?
4. В чем заключается принцип создания системы управления предприятием общественного питания?
5. Записать главные направления деятельности предприятия общественного питания.
6. Определить, какому виду контроля соответствует каждое описание:
 - А) осуществляется непосредственно в ходе работ. Для такого контроля необходима обратная связь, т.е. информация о ходе выполнения работ, получаемая от исполнителей.
 - Б) осуществляется по окончании работы путем сравнения фактических результатов с требуемыми.
 - В) состоит в проверке готовности организации, ее персонала к работе.
7. Что такое мотивирование?
8. Дать определение методам управления.
9. Перечислить общие черты управленческих решений.
10. На какие классы можно разделить управленческие решения?

Эталон правильных ответов

Тестовое задание №1.

1. В.
2. Заключается в эффективном использовании рабочей силы и ограниченных ресурсов для достижения желаемого состояния производства.
3. Представляет собой систему сбора, обработки и предоставления информации высшему менеджменту для принятия последним управленческих решений.
4. 1. Руководители низового звена – технический уровень (повара – младшие начальники), которые руководят непосредственными исполнителями работ;
2. Руководители среднего звена – руководители подразделений (заведующий производством, администраторы зала и др.).
3. Руководители высшего звена, которые разрабатывают стратегию, формируют цели и политику, взаимодействуют с внешней средой, принимают важнейшие решения, отвечают за мотивацию персонала, общую организацию работ и управление предприятием.
5. Предприятие – это самостоятельный хозяйственный субъект, предназначенный для производства и реализации продукции или услуг.
6. 1. Стратегический и 2. Тактический.
Стратегический или управленческий контроль направлен на решение стратегических задач и тесно связан со стратегическим планированием и управлением.
Тактический или административный контроль призван систематически следить за выполнением текущих задач, программ, планов.
7. Соотношение различных мотивов, влияющих на поведение человека образуют его мотивационную структуру.
8. Экономические, административные (или организационные), социально – психологические.
9. Принятие решения.
10. Принятие решения осуществляется руководителем и представляет собой определение круга действий управляющей системы или ее подразделений для достижения поставленных целей и задач.

Эталон правильных ответов

Тестовое задание №2.

1. А
2. Это управление всем производственным циклом от момента производства продукции до момента ее реализации потребителю, ориентированное на успешную деятельность организации и отдельно взятого человека.
3. Менеджер – это управляющий разного уровня.
4. Заключается в том, чтобы провести разделение труда по вертикали, которое осуществляется путем делегирования линейных полномочий сверху вниз по уровням управления.
5. 1. Комплексное изучение рынка; 2. Инновационная деятельность; 3. Производственная деятельность; 4. Коммерческая деятельность на рынке; 5. Материально – техническое обеспечение производства; 6. Экономическая деятельность; 7. Социальная деятельность.
6. А) текущий контроль; Б) заключительный контроль; В) предварительный контроль.
7. Это влияние на человека с целью побуждения его к тем или иным действиям путем пробуждения в нем мотивов к этим действиям.
8. Это способы воздействия управляющей подсистемы – субъекта управления на управляемую подсистему – объект управления (работник, коллектив) для достижения поставленных целей.
9. Обоснованность, своевременность, комплексность подхода, законность, четкая формулировка задач, посильность исполнения, преемственность и противоречивость по отношению к ранее принятым решениям.
10. На общие и частные.

Раздел 3. Основы маркетинга

Тестовое задание №1.

1. Найти правильное определение маркетинга:

- а) свод правил и положений
- б) наука, изучающая какую либо отрасль хозяйственной деятельности.
- в) система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и получения прибыли
- г) система управления производством и процесс управления людьми с целью получения прибыли

2. Сложившаяся на данный момент экономическая ситуация на рынке – это а) конъюнктура рынка

- б) конкуренция ,в) сегментирование

3. Перечислить, что входит в комплекс маркетинга.

4. Какая из концепций подходит к описанию: эта концепция исторически возникла первой. Она основана на том, что потребители ожидают товары, которые широко распространены, т.е. их можно купить везде, доступны по цене;

- а) концепция производства, б) концепция товара, в) концепция сбыта, г) концепция собственно маркетинга, д) концепция социально – этического маркетинга

5. Дописать формулу: УСПЕХ МАРКЕТИНГА = КАЧЕСТВО + ... +....

6. Перечислить направления целей маркетинговой деятельности.

7. Какой группе функций соответствует данная: маркетинговое исследование, разработка стратегии маркетинга, составление плана и бюджета маркетинга, организация и проведения маркетинга –

- а) планоно – исследовательские, контрольные и организационные
- б) по формированию рынка и ценообразованию
- в) по регулированию рынка реализуемого товара
- г) по внедрению товара на рынок

8. Какому принципу соответствует данное определение: неуклонное проведение в жизнь намеченных планов, доведение до конца начатых переговоров, умение отстаивать свою позицию-

- а) научность
- б) настойчивость ,в) гибкость и маневренность, г) демократичность ,д) исполнительская дисциплина

9. Продажа вперед еще не произведенного товара- это а) реклама, б) личная продажа , в) запродажа

10. Состязание, соперничество между производителями (продавцами) за лучшие результаты – это:

- а) сегментирование ,б) концепция, в) конкуренция

Тестовое задание №2.

Тема3.1.Основы маркетинга услуг общественного питания

1. Найти правильное определение маркетинга - это:
 - а) свод правил и положений
 - б) наука, изучающая какую либо отрасль хозяйственной деятельности.
 - в) система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и получения прибыли
 - г) применение, внедрение маркетинга в предпринимательскую деятельность
2. определенная группа потребителей, которые одинаково реагируют на качество товара и предъявляют одинаковые требования к нему – это а) конъюнктура рынка
б) конкуренция ,в) сегментирование
3. Перечислить, что входит в стимулирование.
4. Какая из концепций подходит к описанию: эта концепция включает в себя концепцию собственно маркетинга плюс задачи по сохранению или повышению благополучия каждого конкретного потребителя и общества в целом: а) концепция производства, б) концепция товара, в) концепция сбыта, г)концепция собственно маркетинга, д) концепция социально – этического маркетинга
5. Перечислить, что исследует маркетинг.
6. Перечислить задачи маркетинговой службы.
7. Какой группе функций соответствует данная: организация рекламной деятельности, создание конкретных каналов маркетинговых коммуникаций, организация конкурентной борьбы – это функция:
 - а) планово – исследовательские, контрольные и организационные
 - б) по формированию рынка и ценообразованию
 - в) по регулированию рынка реализуемого товара
 - г)по внедрению товара на рынок
8. Какому принципу соответствует данное определение: это залог эффективной реализации товаров и услуг в запланированных объемах и в наименьшие сроки, а также обеспечивает долговременную результативность деятельности предприятия : а) научность, б) настойчивость ,в) гибкость и маневренность, г) демократичность ,д) исполнительская дисциплина.
9. Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью совершения продаж – это: а) реклама, б) личная продажа , в) запродажа
10. Путь движения товара от производителя к потребителю, в котором участвуют посредники– это:
 - а) сегментирование ,б) концепция, в) конкуренция , г) канал.

Эталон правильных ответов
Тестовое задание 1.

1. в
2. а
3. цена, товар, товародвижение, стимулирование
4. а.
5. цена и реклама.
6. 1. На производителя
2. на потребителя.
7. а.
8. б.
9. в.
10. в.

Тестовое задание 2.

1. Г.
2. В.
3. Реклама, пропаганда, запродажа, налаженный сбыт, личная продажа.
4. Д.
5. Потребителя, конкурента, конъюнктуру рынка, сегментирование.
6. - Комплексное изучения рынка,
- Обеспечение рыночной реализации продукции,
- Осуществление мероприятий, направленных на устойчивую реализацию товара;
- Проведение научно – исследовательских работ.
7. г.
8. д.
9. б.
10. г.

ИТОГОВОЕ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ №1.

1. Дать определение предприятию.
2. Гражданин (или человек), занимающийся какой либо деятельностью, в том числе и экономической, представляет собой: А) юридическое лицо Б) физическое лицо
3. Найти правильный термин к определению: книга ведения учета, в которую вносятся предприятия, имеющие правовое значение, это:
 - А) свидетельство о регистрации,
 - Б) государственный реестр,
 - В) лицензия
 - Г) устав предприятия
4. Перечислить 3 формы собственности
5. Перечислить 4 вида коммерческих организаций
6. Себестоимость – это:
 - А) сумма денежных затрат на производство и реализацию продукции
 - Б) денежное выражение стоимости товара
 - Г) ценность товара, выраженная в деньгах
7. Система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и получения прибыли – это:
 - А) маркетинг Б) менеджмент В) все ответы верны
8. Перечислить основные методы управления
9. Бизнес-план – это:
 - А) ценные бумаги
 - Б) документ, в котором оцениваются и прогнозируются возможности развития фирмы
 - В) оригинально оформленное буквенное, графическое или иное изображение
10. Цена, выплачиваемая за использование труда – это:
 - А) стоимость, Б) заработная плата, В) тариф
11. Дать определение, *экономика* – это
12. Укажите , что входит в понятие «факторы производства»:
 - А) производительность труда, рентабельность,
 - Б) оборудование, квалификация кадров,
 - В) земля, труд, капитал, предпринимательство,
13. Выберите правильный ответ: товарное хозяйство – это:
 - А) в котором применяются современные машины и оборудование,

- Б) хозяйство, с большим объемом производимых продуктов,
- В) организация производства товаров и услуг для продажи,

14. Цель регистрации предприятия:

- А) получение прибыли в результате его деятельности,
- Б) установление возможных нарушений законодательства,
- В) увеличение объема выпуска товаров.
- Г) определение нового налогоплательщика,

15. Дать определение, что такое **лицензия**

16. Найти правильный термин к определению: *коммерческие предприятия любой формы собственности, где ограниченное число работников и незначительный объем выпускаемой продукции, это:*

- А) венчурные предприятия,
- Б) малые предприятия.
- В) венчурный капитал,

17. Дать определение - тариф – это

18. Система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и получения прибыли – это:

- А) маркетинг
- Б) менеджмент
- В) все ответы верны,

19. Дополнить предложение: Равновесная цена – это когда ...

20. При создании товара разработчику следует понять товар на нескольких уровнях.

Выберите правильные ответы: А) товар по замыслу; Б) товар в реальном исполнении, В) Товар для каждого потребителя Г) товар с подкреплением

ИТОГОВОЕ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ №2.

1. Дать определение, что представляет собой юридическое лицо.
2. Перечислить семь классов предприятия
3. Система производственных отношений между людьми по поводу владения, пользования и приобретения имущества – это:

А) предприятие Б) собственность В) экономика

4. Дополнить: По организационно – правовым формам предприятия бывают двух видов и

5. Написать формулу товара: Товар = ...+ ...+...

6. Перечислить 6 основных экономических показателей деятельности предприятия
7. При создании товара разработчику следует понять товар на нескольких уровнях.

Выберите правильные ответы:

А) товар по замыслу,

Б) товар в реальном исполнении

В) Товар для каждого потребителя

Г) товар с подкреплением

8. Система управления производством и процесс управления людьми – это:

А) маркетинг Б) менеджмент В) все ответы верны,

9. Перечислить дополнительные методы стимулирования труда

10. Устав предприятия – это:

А) свод правил и положений, который устанавливает порядок деятельности предприятия

Б) ценные бумаги

В) документ, в котором оцениваются и прогнозируются возможности развития фирмы

11. Дать определение, **потребность** – это

12. Перечислить основные типы воспроизводства экономического продукта

13. Выберите правильный ответ: натуральное хозяйство – это:

А) в котором применяются современные машины и оборудование,

Б) хозяйство, в котором производят всё необходимое для собственных нужд и практически нет товарообмена,

В) организация производства товаров и услуг для продажи,

14. Найти правильный термин к определению: книга ведения учета, в которую вносятся предприятия, имеющие правовое значение, это:

А) свидетельство о регистрации,

- Б) государственный реестр,
 - В) лицензия
 - Г) устав предприятия
15. Дать определение, что такое товарный знак.
16. Найти правильный термин к определению: **предприятия, занимающиеся прикладными научными исследованиями и разработками, внедрением технических нововведений, это:** А) венчурные предприятия,
Б) малые предприятия.
В) венчурный капитал,
17. Дать определение, что такое должностной оклад.
18. Выбрать правильные ответы: маркетинг исследует:
А) потребителей, Б) конкурентов, В) конъюнктуру рынка, Г) сегментирование рынка,
19. Написать формулу товара: Товар = ...+ ...+...
20. Система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и получения прибыли – это:
А) маркетинг
Б) менеджмент
В) все ответы верны,

Эталон правильных ответов

ИТОГОВОЕ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ №1.

1. Предприятие – это самостоятельный хозяйственный субъект, предназначенный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг.
2. Б.
3. Б.
4. Государственная, частная, смешанная.
5. 1. ПБЮЛ, 2. Унитарное предприятие (УП), 3. Производственный кооператив (ПК), 4. Хозяйственные объединения
6. А.
7. А.
8. Организационно – распорядительный или административный, экономический, социально – психологический.
9. Б.
10. Б.
11. Любая деятельность людей, связанная с обеспечением материальных условий их жизни.
12. в
13. в
14. б, г
15. Специальное разрешение, выданное государственными органами на осуществления разнообразных видов деятельности в определенных пределах.
16. б
17. Это ставка денежной оплаты за услуги, предоставляемые гражданам и предприятиям со стороны государства
18. а
19. Объем предложения равен объему спроса
20. а, б, г.

Эталон правильных ответов

ИТОГОВОЕ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ №2.

1. Юридическое лицо – это организация, фирма, компания, которая работает самостоятельно, и имеет правовое значение.
2. 1. По формам собственности, 2. По характеру деятельности, 3. По сфере деятельности, 4. По размерам, 5. По видам, 6. По количеству видов производимой продукции, 7. По организационно – правовым формам.
3. Б.
4. Коммерческие и некоммерческие
5. Продукт, поддержка, инструменты маркетинга
6. Объем производства, валовый доход, доход, прибыль, чистая прибыль, рентабельность, срок окупаемости.
7. А, Б, Г.
8. Б.
9. Ценные подарки, моральные поощрения, отгулы, дополнительные отпуска, привлеченные средства персонала по процентам, долевое участие персонала в прибыли, продажа акций компании.
10. А.
11. Нужда в чем-либо необходимом для жизни и труда.
12. 1- производство, 2- распределение, 3- обмен, 4- потребление
13. б
14. б
15. Оригинально оформленное графическое, буквенное или иное обозначение, которое служит для отличия одних предприятий от однородных товаров других предприятий.
16. а
17. Размер месячной заработной платы, установленный работнику в соответствии с занимаемой должностью.
18. а, б, в, г.
19. Продукт, поддержка, инструменты маркетинга
20. а

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие об экономике и экономической деятельности людей.
2. Составная часть экономики: микро- и макроэкономика.
3. Натуральное хозяйство. Основные черты товарного хозяйства.
4. Значение процесса производства. Факторы производства.
5. Производство и воспроизводства экономического продукта.
6. Спрос. Закон спроса.
7. Спрос. Неценовые факторы спроса.
8. Предложение. Закон предложения.
9. Предложение. Неценовые факторы предложения.
10. Равновесная цена.
11. Безработица: причины и формы.
12. Сущность и виды инфляции.
13. Типы и виды инфляции.
14. Причины и последствия инфляции.
15. Понятие предприятие. Классификация предприятий.
16. Собственность. Формы собственности.
17. Собственность. Организационно – правовые формы предприятий в общественном питании.
18. Субъекты предпринимательской деятельности его виды и сущность.
19. Сущность предпринимательства. Предпринимательские риски.
20. Технология создания предприятия. Нормативная база предприятия.
21. Процедура ликвидации предприятий.
22. Реорганизация и ликвидация предприятий.
23. Организация оплаты труда работников предприятий общественного питания.
24. Понятие об издержках производства.
25. Себестоимость продукции.
26. Цена и ее функции на предприятиях общественного питания.
27. Формирование цены в общественном питании.
28. Основные показатели деятельности предприятия.
29. Производственные фонды предприятий общественного питания.
30. Заработная плата. Формы заработной платы.
31. Товарооборот предприятий общественного питания, его виды и состав.
32. Менеджмент. Цели и задачи менеджмента.
33. Основные функции управления. Цикл менеджмента.
34. Системы методов управления на предприятиях общественного питания.
35. Сущность мотивации.
36. Сущность и виды контроля в системе управления.
37. Принципы формирования системы управления организации.
38. Сущность и особенности управления персоналом организации.
39. Кадровая политика и ее планирование на предприятии.

40. Трудовые ресурсы предприятий общественного питания, их характеристика и порядок формирования.
41. Сущность и роль коммуникаций в системе управления
42. Структура управленческого общения.
43. Цели и задачи самоменеджмента.
44. Социально – экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.
45. Основные принципы и функции маркетинга.
46. Управление и комплекс маркетинга.
47. Товар в маркетинговом понимании.
48. Стратегия разработки нового товара.
49. Понятие реклама. Виды рекламы
50. Концепция жизненного цикла товара.
51. Специфика организации маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания.
52. Определение спроса и потребностей в условиях предприятий общественного питания.
53. Система товародвижения и управление каналами распределения на предприятиях общественного питания.
54. Дистрибуция.
55. Ценовая политика в комплексе маркетинга.
56. Понятие и сущность цены. Виды цен.
57. Механизм ценообразования на продукцию.
58. Методы ценообразования.
59. Налоговая система РФ.
60. Технология бизнес – планирования.

