



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Находке
Отделение среднего профессионального образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 в ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ
ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ
основной профессиональной образовательной программы
подготовки специалистов среднего звена
21.02.05 Земельно-имущественные отношения
Базовой подготовки

Находка, 2017

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «12» мая 2014 г. № 486.

Разработчик:

Кравец А.В., преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Находке.

Одобрена на заседании межпредметной цикловой комиссии 19 мая 2017 г., протокол № 11.

Председатель МПЦК  *Фадеева Н.П.*
(подпись)

ОГЛАВЛЕНИЕ

- 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 - 1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы
 - 1.2 Цели и задачи учебной дисциплины

- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 - 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы
 - 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**
 - 3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
 - 3.2 Информационное обеспечение обучения

- 4 КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 - 4.1 Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины
 - 4.2 Формы и содержание текущего, промежуточного и итогового контроля.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Предпринимательская деятельность в сфере земельно-имущественных отношений» относится к общепрофессиональным дисциплинам основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

1.2 Цели и задачи учебной дисциплины

Программа содержания дисциплины ориентирована на достижение следующих целей:

- формирование комплекса знаний, умений и навыков организации предпринимательства в сфере земельно-имущественных отношений.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление об основах предпринимательской деятельности;

- ознакомить студентов с теорией и практикой ведения бизнеса в сфере земельно-имущественных отношений;

- изучить сущность, виды и формы предпринимательства в экономике;

- сориентировать на успешную адаптацию зарубежного опыта предпринимательства на российских предприятиях;

- рассмотреть формы поддержки малого бизнеса со стороны государственных и негосударственных структур;

- изучить процесс организации планирования предпринимательской деятельности;

- изучить принципы и методы оценки эффективности бизнеса.

В результате освоения дисциплины студент должен **уметь**:

- готовить документы для подачи заявления о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;

- выбирать режим уплаты налогов;

- вести отчетность установленной формы;

- анализировать состояние рынка товаров и услуг в области профессиональной деятельности;

- планировать объем и ассортимент выпускаемой продукции и услуг;

- вести учет;

- рассчитывать прибыль и убытки по результатам индивидуальной трудовой деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен **знать**:

- правовые основы индивидуального предпринимательства;

- соотношение финансов индивидуальных предпринимателей и физических лиц;
- упрощенный порядок ведения учета;
- экономическую сущность налогов, их функции;
- режимы уплаты налогов: общий режим, режим
- налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов
- деятельности (ЕНВД), упрощенную систему налогообложения (УСН), УСН на основе патента и др.;
- порядок оформления кредитов;
- методы подсчета прибыли и убытков;
- ассортимент выпускаемой продукции и услуг.

Иметь практический опыт:

- оформления документации;
- принятия хозяйственных решений.

Общие (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

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

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 9. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные традиции.

ОК 10. Соблюдать правила техники безопасности, нести ответственность за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	72
в том числе:	
лекции	32
лабораторные занятия	*
практические занятия	40
контрольные работы	*
курсовая работа (проект)	*
Самостоятельная работа студента	36
Итоговая аттестация в форме	Экзамен (Э)

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основы предпринимательства			
Тема 1.1 Предпринимательство как особый вид деятельности	Содержание учебного материала	6	
	1. Сущность, условия формирования, среда. 2. Виды предпринимательства.		2
	Практическая работа: Решение задач, тестов с целью определения вида предпринимательства.	4	
	Самостоятельная работа студента: Подбор информации для докладов по темам: 1. Труды А. Смита, Ж.Б. Сэя. Современные авторы о предпринимательстве. 2. Развитие предпринимательства в России.	4	
Тема 1.2 Организационно-правовые формы предпринимательства.	Содержание учебного материала	6	
	1. Классификация предпринимательства по формам собственности, по охвату территории, по распространению на различных территориях, по составу учредителей, по численности персонала и объему оборота, по темпам роста и уровню прибыльности, по степени использования инноваций. 2. Объединение предпринимателей - коммерческих организаций.		2
	Практическая работа: Исследование и краткая характеристика ОАО	4	
	Самостоятельная работа студента: Проведение доклада, тема 1. Структура ОАО «Ростелеком», компетенций, полномочий, вид деятельности.	4	
Тема 1.3 Основы экономики, организации и планирования предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	4	
	1. Основные экономические понятия. 2. Капитал фирмы. 3. Налогообложение бизнеса. 4. Планирование на предприятии. Бизнес – план.		2
	Практическая работа 1. Составление бизнес – проекта ИП (сфера услуг по желанию студентов).	4	
	Самостоятельная работа студента: 1. Конспектирование по теме «Виды налогов».	4	

	1. Порядок образования субъектов предпринимательства. 2. Лицензирование деятельности предприятий. 3. Прекращение деятельности предприятия.		2
Тема 1.4 Порядок образования и прекращения деятельности субъектов предпринимательства	Практическая работа: Решение задач по теме: «Виды преобразования юридического лица».	6	
	Самостоятельная работа студента: Консультация. Юридические последствия прекращения деятельности юридического лица.	6	
Тема 1.5 Предпринимательство в сфере малого бизнеса	Содержание учебного материала	4	
	1. Понятие малого бизнеса. Экономическая роль малого бизнеса 2. Поддержка государством предприятий малого бизнеса.		2
	Практическая работа 1. Составление проекта договоров по организационно - правовым формам предпринимательства.	4	
	Самостоятельная работа студента: 1. Сбор статистического материала и анализ деятельности ИП НГО.	4	
Раздел 2. Предпринимательский риск.			
Тема 2.1 Сущность предпринимательского риска и его классификация.	Содержание учебного материала	4	
	1. Предпринимательский риск и его классификация. 2. Объективные и субъективные причины предпринимательского риска. 3. Функции предпринимательского риска.		2
	Практическая работа Решение задач по определению вида риска.	6	
	Самостоятельная работа студента: Конспектирование по теме Основные причины предпринимательских рисков.	4	
Тема 2.2 Виды рисков в предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	2	
	1. Политический риск. 2. Технический и производственный риск. 3. Коммерческий и финансовый риск. 4. Отраслевой риск.		2
	Практическая работа Опрос по теме: 1. Экономические риски в предпринимательской деятельности.	6	
	Самостоятельная работа студента: Конспектирование по теме	4	

	1. Техногенные аварии, влияющие на предпринимательскую деятельность.		
Раздел 3. «Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности»			
Тема 3.1 Государственное регулирование предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	6	
	1. Сущность и методы государственного регулирования социально – экономических процессов. 2. Государственное регулирование монополистической деятельности. 3. Государственное регулирование отношений несостоятельности (банкротства). 4. Косвенное экономическое регулирование деятельности и предприятий.		2
	Практическая работа 1. Составление проекта акта государственного регулирования в надзоре.	6	
	Самостоятельная работа студента: Повторение основных понятий по теме 1. «Государство и государственная экономика».	6	
	Всего	108	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств)
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Общепрофессиональных дисциплин».

Оборудование учебного кабинета:

- ученические столы;
- стулья ученические;
- классная доска;
- комплект учебно-методической документации;
- комплекты учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины;
- опорно-логические схемы;
- видеоматериалы.

Технические средства обучения:

- слайд-проектор;
- компьютер;
- проекционный экран;
- музыкальные колонки.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА –М, 2014. <http://www.infra-m.ru>
2. Методическое пособие начинающим предпринимателям. Выпуск 3. Администрация Ростовской области. г. Ростов-на-Дону, 2014.
3. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М., 2014.
4. Лапуста М.Г. Предпринимательство: Учебник. М.: ИНФА-М, 2014.
5. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство: Учебник. М.: ИНФА-М, 2014.

Дополнительные источники:

1. Алейников, А.Н. Предпринимательская деятельность: учебно-практическое пособие/ А.Н.Алейников. – М.: Из-во —Новое знание, 2011
2. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности. Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2009.
3. Власова, В. М. Основы предпринимательской деятельности/ В.М.Власова. – М.: Финансы и статистика, 2011.

4. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства). – М.: КноРус, 2010.
5. Лапушта М.Г. Создание собственного дела. – М.: Инфра-М, 2009.
6. Метелев, И. С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / И. С. Метелев.- Омск, 2011.
7. Наумов В.Н. Организация предпринимательства: Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2010.
8. Правовое регулирование предпринимательской деятельности: [учеб. пособие для вузов] / [Е. М. Ашмарина и др.]; Финансовая акад. при Правительстве Российской Федерации. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011.
9. Фокин, С.В. Земельно-имущественные отношения : учебное пособие / С.В. Фокин, О.Н. Шпортко. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2015 - 272с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://www.eLIBRARY.RU>
2. Ресурс Цифровые учебные материалы <http://abc.vvsu.ru/>
3. ЭБС «Руконт»: <http://www.rucont.ru/>
4. ЭБС «Юрайт»: <http://www.biblio-online.ru/>

4 КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, в процессе экзамена.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
<ul style="list-style-type: none">- готовить документы для подачи заявления о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;- выбирать режим уплаты налогов;- вести отчетность установленной формы;- анализировать состояние рынка товаров и услуг в области профессиональной деятельности;- планировать объем и ассортимент выпускаемой продукции и услуг;- вести учет;- рассчитывать прибыль и убытки по результатам индивидуальной трудовой деятельности.	<ul style="list-style-type: none">- семинарское занятие;- написание реферата;- практическое занятие;- самостоятельная работа;- тестирование;- составление контрольных вопросов.
Знания:	
<ul style="list-style-type: none">- правовые основы индивидуального предпринимательства;- соотношение финансов индивидуальных предпринимателей и физических лиц;- упрощенный порядок ведения учета;- экономическую сущность налогов, их функции;- режимы уплаты налогов: общий режим, режим налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД), упрощенную систему налогообложения (УСН), УСН на основе патента и др.;- порядок оформления кредитов;- методы подсчета прибыли и убытков;- ассортимент выпускаемой продукции и услуг.	<ul style="list-style-type: none">- устный опрос;- рефераты / эссе;- доклады/сообщения;- тестирование по вопросам темы;- творческие задания;- индивидуальные домашние задания;- самостоятельные работы по темам.

4.2 Формы и содержание текущего, промежуточного и итогового контроля

Текущий контроль учебного материала заключается в следующем:

- устный опрос по пройденной теме;
- проверка конспектов самостоятельной работы студентов;
- тестовые задания, практическое и семинарское занятие.

Вопросы к экзамену

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие предпринимателя и предпринимательской деятельности.
2. Экономическая и правовая сущность предпринимательской деятельности.
3. Функции предпринимательской деятельности.
4. История экономических учений о предпринимательстве.
5. Этапы предпринимательской деятельности.
6. Субъектно-объектные отношения в предпринимательской деятельности.
7. Собственность (понятие, формы).
8. Государство в системе бизнеса.
9. Финансово - кредитные методы государственной поддержки предпринимательства. Предприятие – основное звено экономики. Организационно-правовые формы предприятий (Гражданский кодекс Российской Федерации).
10. Формы осуществления предпринимательской деятельности.
11. Виды предпринимательской деятельности. Производственное, коммерческое, финансовое предпринимательство.
12. Понятие физического и юридического лица.
13. Коммерческие организации (товарищества, хозяйственные общества, предпринимательство без организации юридического лица).
14. Понятие представительства, филиала. Объединение предприятий: картель, синдикат, трест, консорциум, холдинг, конгломерат.
15. Выбор сферы деятельности. Разработка стратегии и тактики. Разработка технико-экономического обоснования (ТЭО).
16. Общая характеристика делового общения.
17. Имидж как средство делового общения.
18. Этикет делового человека.
19. Организация презентаций и переговоров. Этические принципы и нормы ведения дел.
20. Методика установления контактов.
21. Манипулятивные приемы общения. Этикет и культура делового общения.
22. Конфликты и пути их разрешения.
23. Перспективы развития малого бизнеса в России.
24. Перспективы развития малого и среднего предпринимательства
25. Мотивация и оплата труда.
26. Основные понятия, функции, методы и основные направления развития менеджмента. Школы и концепции менеджмента.
27. Опыт управления ведущих мировых компаний.
28. Механизмы и инструменты управления предприятием.
29. Мотивация и оплата труда.
30. Структура, системы, органы и порядок управления на предприятии.
31. Основные виды организационных структур предприятия. Планирование кадров.
32. Содержание и основные задачи управления финансами.
33. Финансовые ресурсы.
34. Доходы. Расходы.
35. Формирование и распределение прибыли.

36. Организация финансового планирования.
37. Предпринимательские риски.
38. Риск-менеджмент.
39. Основные понятия маркетинга.
40. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.
41. Потребности и исследование спроса.
42. Служба маркетинга. Управление маркетингом. Роль и функции маркетинга в экономике фирмы.
43. Маркетинговые исследования.
44. Товары и рынок. Сегментирование рынка.
45. Ценообразование. Схема цен и их классификация.
46. Понятие цены, основные виды цен и методы образования договорных цен. Калькулирование.
47. Факторы, влияющие на уровень цен, определение цен на внешнеторговую продукцию. Реклама и стимулирование продаж.
48. Структура, системы, органы и порядок управления на предприятии. Основные виды организационных структур предприятия.
49. Качество продукции. Сущность и назначение повышения качества продукции.
50. Система показателей качества.
51. Конкурентоспособность, ее сущность и методы определения.
52. Факторы, влияющие на качество продукции.
53. Характеристика целей и принципов государственной политики в области развития предпринимательства.
54. Правовая среда малого и среднего предпринимательства. Федеральные и региональные органы регулирования, поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. Инфраструктура поддержки развития малого и среднего предпринимательства.
55. Нормативно-правовые документы Федерального уровня. Нормативно-правовые документы регионального уровня.
56. Бизнес-план. Основные разделы бизнес плана.
57. Понятие предпринимательской среды. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Экономико-правовая среда. Деловые отношения в предпринимательстве и деловая среда. Система правовых норм и правил, регулирующих деловые отношения.
58. Понятие конкуренции. Формы и методы конкуренции. Основные типы конкурентного поведения. Типы конкурентов. Антимонопольное регулирование
59. Понятие и виды коммерческих сделок.
60. Существенные условия сделки.
61. Технология заключения коммерческих сделок.
62. Особенности внешнеэкономического контракта.
63. Структура внешнеэкономического контракта.
64. Базисные условия поставки (БУП).
65. Понятие инфраструктуры бизнеса.
66. Основные элементы инфраструктуры бизнеса.
67. Товарный рынок.
68. Рынок труда.
69. Финансовый рынок.
70. Информационный рынок.
71. Основные этапы создания коммерческой организации: подготовительный, организационный, основной. Учредительные документы. Процедура регистрации. Открытие счета. Регистрация в налоговых органах, органах статистики, внебюджетных фондах.
72. Виды реорганизации: разделение, выделение, преобразование, присоединение. Ликвидация предприятия: добровольная ликвидация, ликвидация по решению

- судебных органов. Ликвидационная комиссия. Промежуточный, ликвидационный баланс.
73. Банкротство. Санация предприятия, внешнее управление. Конкурсное производство. Мировое соглашение.
 74. Налоговая система России. Налоговый Кодекс РФ. Виды налогов.
 75. Особенности налогообложения малых предприятий и предпринимателей без образования юридического лица. Объекты и субъекты налогообложения.
 76. История возникновения бухгалтерского учета. Понятие о счетах бухгалтерского учета.
 77. Бухгалтерский баланс. Основные документы бухгалтерской отчетности: годовой баланс, (форма №1), отчет о прибылях и убытках (форма №2), отчет об изменении капитала (форма №3), отчет о движении денежных средств(форма №4).
 78. УСНО: состав, особенности проведения (доход-расход, доход), декларация
 79. ЕНВД
 80. Роль комплексного анализа в управлении.
 81. Содержание финансового и управленческого анализа и последовательность его проведения.
 82. Основные направления и методы экономического анализа. Анализ в системе маркетинга. Анализ и управление объемом производства и продаж. Анализ технико-экономического уровня и других условий производства.
 83. Анализ и оценка уровня организации производства и управления.
 84. Жизненный цикл изделия. Анализ управления затратами и себестоимостью.
 85. Анализ использования производственных ресурсов.
 86. Финансовое состояние коммерческой организации и методы анализа.
 87. Методика определения ликвидности баланса
 88. Определение финансовой ситуации на предприятии

Тематика контрольных работ:

1. История становления и развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и государственная поддержка.
2. Формы и методы государственной финансово-кредитной поддержки малого бизнеса.
3. Развития предпринимательства в период кризиса 1998, 2008 гг.
4. Организационно-правовые формы в предпринимательской деятельности: выбор, реорганизация.
5. Анализ состояния малого и среднего предпринимательства в Ульяновской области и влияние на него финансово-кредитных методов государственной поддержки.
6. Направления снижения воздействия кризиса на малое и среднее предпринимательство.
7. Государство, как субъект предпринимательской деятельности.
8. Предприниматель без образования юридического лица: порядок регистрация, виды деятельности, отчетность.
9. Юридические лица в системе финансового рынка.
10. Финансово-кредитные методы государственной поддержки малого бизнеса 1995-2012 гг.
11. Особенности ведения упрощенной системы налогообложения (на примере малого предприятия/предпринимателя без образования юридического лица).
12. Малый бизнес как составная часть экономики : от начала рыночных реформ до современности.
13. Малое предпринимательство в системе рыночных реформ: проблемы роста или выживания.
14. Система мотивации как основная часть управления персоналом на малом предприятии.

15. Системный подход к мотивации персонала на предприятии малого и среднего бизнеса..
16. Финансовое планирование и его использование в организации деятельности предприятия.
17. Формирование финансового результата предприятия.
18. Совершенствование управления предприятием на основе формирования корпоративной культуры.
19. Профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг и пути повышения ее финансовой эффективности.
20. Потребительский кредит и перспективы его развития.
21. Арендные механизмы как способ снижения затрат предприятия малого бизнеса.
22. Инвестиционный потенциал сбережений населения и механизм его использования (на примере РФ).
23. Управление денежным оборотом предприятия (на пример торгового предприятия).
24. Баланс предприятия: динамика и анализ основных показателей.
25. Анализ показателей эффективности работы коммерческого предприятия.
26. Анализ прибыли предприятия на основе факторной модели.
27. Анализ прибыли на основе маржинальной модели.
28. Снижение себестоимости, как резерва увеличения прибыли предприятия.
29. Увеличение объема реализации и цены на продукцию, как резерв увеличения прибыли.
30. Управление активами коммерческого банка: проблемы и перспективы развития.
31. Специфика формирования издержек торгового предприятия.
32. Инвестиционная политика коммерческого банка.
33. Инвестиционная стратегия предприятия.
34. Использование механизма контроллинга и факторинга на предприятиях малого бизнеса.
35. Ликвидность предприятия и проблема ее обеспечения в современных условиях.
36. Оценка эффективности капиталовложений (на примере конкретного предприятия).
37. Планирование, прогнозирование и развитие малого предприятия.
38. Мероприятия по повышению финансовой устойчивости предприятия.
39. Развитие новых направлений деятельности предприятия.
40. Активизация (расширение, стабилизация) деятельности¹ предприятия.
41. Совершенствование механизмов финансового обеспечения деятельности малого (среднего) предприятия как фактор повышения устойчивости.
42. Совершенствование системы трудовой мотивации как фактор повышения производительности труда на предприятии.
43. Проект мероприятий по повышению эффективности использования основных производственных фондов предприятия.
44. Мероприятия по повышению эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.
45. Мероприятия по повышению эффективности использования оборотных средств предприятия
46. Пути устойчивого развития предприятия в условиях конкуренции.
47. Программа реструктуризации предприятия как фактор выхода из кризиса.
48. Повышение экономической устойчивости предприятия как основа долгосрочного развития.
49. Предупреждение банкротства на предприятии.
50. Проект совершенствования системы оплаты труда на предприятии.

¹ В ряде тем указывается обобщенно - «деятельность предприятия». По согласованию с руководителем может быть внесено уточнение – «предпринимательская», «управленческая», «маркетинговая», «финансовая», «производственная» и т.д.

51. Проект выхода предприятия из кризиса путем реорганизации.
52. Программа финансового оздоровления предприятия.
53. Проект привлечения инвестиций в предприятие.
54. Оптимизация структуры основных фондов предприятия.
55. Повышение инвестиционного потенциала предприятия как основа повышения его активности .
56. Проект повышения эффективности работы предприятия.
57. Бюджетирование на предприятии.
58. Стратегический план развития предприятия как основа повышения конкурентоспособности.
59. Совершенствование системы управления персоналом предприятия как фактор повышения конкурентоспособности.
60. Система антикризисного управления деятельностью предприятия в условиях рыночной нестабильности.
61. Методика организации и определения эффективности организации рекламной деятельности (на примере конкретного предприятия).
62. Современные технологии организации рекламной деятельности российских предприятий.
63. Современные технологии управления предприятием малого и среднего бизнеса.
64. Показатели, характеризующие эффективность производственной деятельности предприятия и методика их определения.
65. Проект внедрения программных продуктов в практику управления деятельностью предприятия.
66. Управление себестоимостью как фактор повышения экономической эффективности деятельности предприятия.
67. Управление прибылью как фактор повышения экономической эффективности деятельности предприятия.
68. Управление адаптивностью предприятия как основа его долгосрочного развития в условиях рынка.
69. Управление стратегией развития предприятия как основа повышения эффективности системы управления.
70. Стратегия развития (активизации, закрепления) предприятия в рынке как основа сохранения конкурентных позиций.
71. Повышение конкурентоспособности персонала как основа эффективности системы управления деятельностью предприятия.
72. Управление предпринимательскими рисками как фактор повышения устойчивости предприятия.
73. Управление процессами движения денежных ресурсов предприятия как фактор оптимизации затрат.
74. Формирование и продвижение инновационных продуктов как основа конкурентоспособности предприятия.
75. Управление рисками инвестиционного проекта как фактор повышения его доходности.
76. Проект повышения конкурентоспособности предприятия.
77. Формирование и развитие предпринимательского потенциала предприятия как фактора его успеха.
78. Совершенствование кадровой политики предприятия как фактор повышения эффективности использования трудовых ресурсов.
79. Стратегия развития персонала предприятия как основа кадровой политики.
80. Совершенствование структуры (социальной, штатной, образовательной, функциональной, ролевой) персонала предприятия как фактор повышения производительности .

81. Совершенствование организационной структуры как основа повышения устойчивости предприятия.
82. Совершенствование структуры и системы управления предприятием как основа повышения его конкурентоспособности.
83. Управление налогами как элемент финансовой стратегии предприятия.
84. Проект (бизнес-план) создания нового предприятия и его выхода на рынок.
85. Проект (бизнес-план) расширения действующего предприятия.
86. Проект внедрения новых управленческих технологий в деятельность предприятия.
87. Управление запасами как основа повышения эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия.
88. Управление инвестиционным проектом как основа повышения его доходности.
89. Системный (процессный, проектный, программно-целевой, ситуационный) подход к управлению деятельностью предприятия как фактор повышения его устойчивости.
90. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия.
91. Расчет себестоимости произведенной продукции на уроках технологии.
92. Имущество предприятия и источники его формирования: оценка и перспективы развития.
93. Основные виды учета и методы оценки основного капитала, показатели его использования.
94. Управление оборотными средствами торгового предприятия.
95. Управление предпринимательскими рисками.
96. Бизнес – план, его структура и значения для предпринимательской деятельности.
97. Управление кредиторской задолженностью предприятия (на примере конкретного предприятия).
99. Управление дебиторской задолженностью предприятия (на примере конкретного предприятия).
100. Предпринимательская деятельность образовательного учреждения.
101. Основные направления развития предпринимательской деятельности в образовании.
102. Организация платных образовательных услуг в государственном образовательном учреждении.

Примерная тематика рефератов:

1. Потребности в финансировании предприятий и их расчет.
2. Особенности венчурного бизнеса.
3. Маркетинговая работа в торговой фирме.
4. Особенности функционирования предприятия на финансовом рынке.
5. Деятельность предприятия на рынке ценных бумаг.
6. Страховые компании как составная часть финансового рынка.
7. Предпринимательские риски и закон.
8. Участие предприятий малого бизнеса в тендерах и аукционах.
9. Оценочная деятельность предприятий малого бизнеса.
10. Особенности оценки недвижимости.
11. Особенности оценки бизнеса.
12. Особенности оценки акций.
13. Развитие малого бизнеса и кризисы 1998, 2008 гг.
14. Поддержка малого бизнеса на федеральном уровне (государственные программы).
15. Поддержка малого бизнеса на региональном уровне (региональные программы).
16. Поддержка малого бизнеса на муниципальном уровне (муниципальные программы).
17. Маркетинг исследования: виды и способы проведения.
18. Факторы, влияющие на формирование рынка новых продуктов и услуг.
19. Система непрерывного обучения персонала как основа ротации кадров

20. Основные механизмы повышения производительности труда
21. Разработка экономической стратегии поведения фирмы и принятия решений с учетом минимизации налогообложения.
22. Инновационные проекты: типы и механизмы разработки.
23. Особенности формирования источников финансирования инновационной деятельности.

Тестовые задания

1. **К основным признакам предпринимательства относится все за исключением:**
 - а) ориентация на получение прибыли;
 - б) готовность идти на любой риск ради получения результата;
 - в) материальная ответственность за результаты своих действий.
 - г) стремление к новациям и нововведениям..
2. **Для процедурного бизнеса характерно:**
 - а) преимущественно экстенсивный характер развития;
 - б) ориентация на поиск новых правил и процедур;
 - в) асимметричные взаимоотношения между партнерами;
 - г) равноправные, устойчивые взаимоотношения между партнерами.
3. **К основным формам экономической деятельности можно отнести:**
 - а) предпринимателя;
 - б) домашнюю хозяйку;
 - в) учителя в школе;
 - г) верно все перечисленное.
4. **Бизнесмен отличается от предпринимателя тем, что:**
 - а) берет на себя риск ведения дела;
 - б) занимается организацией бизнеса;
 - в) ведет бизнес «традиционными» методами;
 - г) ищет новые сферы и способы ведения бизнеса.
5. **К сильным сторонам единоличного предпринимателя можно отнести все за исключением:**
 - а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
 - б) специализация управленческой деятельности.
 - в) принятие на себя риска ведения дел;
 - г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;
6. **Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:**
 - а) менеджмент;
 - б) маркетинг;
 - в) стратегическое планирование;
 - г) верно все выше перечисленное.
7. **Экономическая свобода предпринимателя проявляется:**
 - а) в появлении и развитии функций бизнеса;
 - б) в полной независимости от государства;
 - в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
 - г) верно все выше перечисленное.
8. **Для современного процедурного бизнеса прибыль является:**
 - а) главной целью ведения бизнеса;
 - б) основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;
 - в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;
 - г) верно б) и в).
9. **В современных условиях постиндустриального общества характерен:**
 - а) только интуитивный бизнес;
 - б) только процедурный бизнес;
 - в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и ситуациях

- элементов интуитивного бизнеса;
г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;
10. **К основным элементам бизнес операции относят:**
а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
в) организацию производства и реализации продукции;
г) верно все выше перечисленное.
11. **К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:**
а) характер предпринимателя;
б) особенности конкуренции на рынке;
в) цели фирмы;
г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.
12. **К правовой инфраструктуре бизнеса относят:**
а) законы и постановления;
б) обычаи хозяйственного оборота;
в) нормы деловой этики;
г) все перечисленное верно.

Правильные ответы: 1 - б, 2 - г, 3 - а, 4 - в, 5 - б, 6 - в, 7 - а, 8 - г, 9 - в, 10 - г, 11 - б, 12 - г.

Малый бизнес

1. **Банковская деятельность относится к :**
а) производственному предпринимательству;
б) коммерческому бизнесу;
в) финансовому бизнесу;
г) бизнесу в сфере услуг.
2. **К преимуществам коммерческого бизнеса можно отнести:**
а) независимость от качества ресурсов;
б) простоту бизнес-операции;
в) устойчивость;
г) легкость управления.
3. **Крупный бизнес выполняет в экономике следующие функции:**
а) служит источником развития экономики;
б) обеспечивает устойчивость экономики;
в) накапливает и тиражирует наиболее эффективные правила и процедуры современного рационального бизнеса;
г) все выше перечисленное верно.
4. **Жизнеобеспечивающее предприятие - это:**
а) малое предприятие, ориентированное на рынок, которое обеспечивает своему владельцу приемлемый уровень дохода и не имеет тенденции к быстрому росту;
б) предприятие малого бизнеса, ориентированное на рынок и имеющее тенденцию к быстрому росту и высокой отдаче вложенных в него средств;
в) малое предприятие, ориентированное на обеспечение текущих потребностей своего владельца, слабо связанное с рынком и поэтому имеющее тенденций к быстрому росту;
г) только те малые предприятия, которые относятся к мельчайшему бизнесу, а поэтому часто гибнут и не имеют тенденций к быстрому росту.
5. **К экономическим функциям малого бизнеса относится:**
а) включение в производство временно незанятых ресурсов;
б) внедрение новых товаров и услуг;
в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
г) верно все выше перечисленное.

6. **Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:**
- а) к традиционному малому бизнесу;
 - б) венчурному бизнесу;
 - в) франчайзингу;
 - г) вообще не относятся к малому бизнесу.
7. **К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относятся:**
- а) количество занятых на предприятии;
 - б) отраслевая принадлежность бизнеса;
 - в) количество постоянных клиентов;
 - г) единство собственности и управления на предприятии.
8. **К локальным потребностям относятся те потребности, которым характерна:**
- а) однородность;
 - б) широкая рассредоточенность клиентов;
 - в) консерватизм;
 - г) значительный круг клиентов.
9. **К преимуществам малого бизнеса относятся:**
- а) незначительные первоначальные издержки;
 - б) повышенная гибкость и мобильность;
 - в) повышенная устойчивость на рынке;
 - г) верно а) и б).
10. **Все ниже перечисленные признаки относятся к современной сетевой экономике за исключением:**
- а) равноправный партнерский характер взаимоотношения малого и крупного бизнеса;
 - б) значительная роль государства и среднего бизнеса в обеспечении эффективного взаимодействия малого и крупного бизнеса;
 - в) высокая роль неформальных институтов и связей между партнерами по бизнесу;
 - г) стабильность взаимоотношений крупного, среднего и мелкого бизнеса.
11. **К основным формам поддержки малого бизнеса со крупных фирм можно отнести все кроме:**
- а) налоговых льгот;
 - б) арендных и субарендных отношений;
 - в) контрактов;
 - г) лизинга.
12. **К формам информационной поддержки малого бизнеса относится:**
- а) сдача в аренду оборудования;
 - б) обеспечение возможностей пользоваться техническими библиотеками;
 - в) оказание консультативных услуг малым предприятиям;
 - г) предоставление налоговых льгот.

Правильные ответы: 1 - в, 2- б, 3- г, 4- а, 5- г, 6- б, 7- а, 8- б, 9- г, 10- а, 11- а, 12- б.

Основные организационно-правовые формы фирмы

1. **Услуги брокеров, работающих на фондовой бирже относятся к:**
- а) производственному предпринимательству;
 - б) коммерческому предпринимательству;
 - в) финансовому предпринимательству
 - г) консультативному предпринимательству.
2. **К предпринимателям, занятым в сфере консультативного бизнеса относится:**
- а) аудитор;
 - б) дилер
 - в) инвестор;
 - г) брокер.

3. **Современному этапу экономического развития характерно:**
 - а) рост удельного веса производства материальных благ и услуг;
 - б) преимущественный рост 1-го подразделения;
 - в) рост удельного веса производства нематериальных благ и услуг;
 - г) увеличение удельного веса добывающих отраслей.
4. **В конце XX для стран с развитой рыночной экономикой было характерно:**
 - а) подавляющее число фирм находилось в собственности одного владельца, несущих как ограниченную, так и неограниченную ответственность за деятельность фирмы;
 - б) подавляющая часть фирм находилось в собственности государства, в форме унитарных предприятий;
 - в) подавляющее большинство фирм являлось товариществами, в которых собственники несли неограниченную имущественную ответственность;
 - г) подавляющее большинство фирм являлось акционерными обществами, с правом выпуска акций под ограниченную ответственность акционеров.
5. **Неограниченная имущественная ответственность собственников характерна всем ниже перечисленным фирмам, за исключением:**
 - а) корпорации;
 - б) частной единоличной фирмы;
 - в) частному лицу, работающему по лицензии;
 - г) полному товариществу.
6. **В современных условиях материальная ответственность предпринимателя обеспечивается за счет:**
 - а) ужесточения правового режима предпринимательской деятельности;
 - б) увеличения числа фирм с неограниченной имущественной ответственностью собственников;
 - в) сложившегося рынка капитала;
 - г) верно все выше перечисленное.
7. **Объединение капиталов характерно:**
 - а) товариществу на вере;
 - б) корпорации;
 - в) закрытому акционерному обществу;
 - г) всем перечисленным выше организационно - правовым формам фирмы.
8. **Наименьшей ликвидностью обладают инвестиции, вложенные в:**
 - а) корпорацию;
 - б) партнерство;
 - в) в индивидуальную частную фирму;
 - г) любые коллективные формы предпринимательской деятельности.
9. **К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:**
 - а) риск потери контроля над фирмой;
 - б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму;
 - в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу;
 - г) верно а) и б).
10. **Собственник денежного капитала фирмы - это:**
 - а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы;
 - б) только владелец контрольного пакета;
 - в) только владелец 51% акций фирмы;
 - г) корпорация как физическое лицо.
11. **Наиболее эффективной формой организации адвокатской конторы будет:**
 - а) кооператив;
 - б) товарищество;
 - в) корпорация;
 - г) закрытое акционерное общество.

12. Продолжительность «жизненного цикла» партнерства:

- а) неограниченна;
- б) зависит от условий соглашения между учредителями;
- в) может быть ограничена продолжительностью жизни партнеров и продолжительностью его участия в фирме;
- г) верно б) и в).

Правильные ответы: 1- в, 2 - а, 3- в, 4- г, 5 - б, 6 - в, 7- г, 8- в, 9- б, 10- а, 11- б, 12 - в.

Акционерное общество как ведущая форма организации современного бизнеса

1. Корпорации как организационно правовой форме характерно всё, за исключением:

- а) делимость собственности акционеров.
- б) неделимость собственности имущества фирмы;
- в) это, обычно, форма организации крупного бизнеса;
- г) единство собственности и управления.

2. Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы;
- б) не может повлиять на размер своего дохода;
- в) отделен от управления;
- г) является собственником имущества корпорации.

3. К внешним механизмам, обеспечивающим баланс прав предпринимателей и их партнеров в рамках АО относится:

- а) система правовых ограничений;
- б) система перекрестного владения акциями;
- в) рынок контроля.
- г) все выше перечисленное верно.

4. Ориентации корпорации на реализацию долговременных инвестиционных проектов способствует:

- а) увеличение удельного веса физических лиц среди акционеров;
- б) увеличение удельного веса работников среди акционеров;
- в) увеличение доли консолидированных акционеров;
- г) сокращение удельного веса администрации среди акционеров.

5. Контрольный пакет акций - это:

- а) 51% акций;
- б) пакет акций обеспечивающий контроль над фирмой;
- в) пакет акций, дающий его владельцу право участвовать в собрании акционеров;
- г) пакет акций, дающий его владельцу право быть избранным в совет директоров компании.

6. Полный контроль над корпорацией получает:

- а) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, в любых условиях;
- б) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, если нет блокирующего меньшинства;
- в) акционер или группа акционеров, которая может блокировать принятие нежелательных для них решений по наиболее важным вопросам;
- г) всегда принадлежит менеджменту, который принимает важнейшие решения по управлению корпорацией.

7. Государство, владеющее контрольным пакетом акционерного общества, является по отношению к нему:

- а) аутсайдером;
- б) инсайдером;
- в) корпоративным инвестором;
- г) неконтролируемым инвестором.

8. **Российской корпорации характерны все следующие черты, за исключением:**
- а) большинство акционеров являются аутсайдерами;
 - б) большая часть акций иммобильна;
 - в) трехзвенная модель управления корпорацией;
 - г) наличие в основном законодательных механизмов гарантии прав акционеров.
9. **К радикальным методам реорганизации корпорации можно отнести:**
- а) создание совместных предприятий;
 - б) слияние корпораций;
 - в) организация консорциума;
 - г) создание кооператива.
10. **К основным элементам трехзвенной структуры управления АО относятся:**
- а) акционеры, совет директоров и ревизионная комиссия;
 - б) акционеры, совет директоров и наемные работники;
 - в) акционеры, совет директоров, должностные лица (администрация);
 - г) акционеры, должностные лица (администрация), ревизионная комиссия.
11. **К сильным сторонам англосаксонской модели корпорации можно отнести:**
- а) легкая идентификация акционера;
 - б) ориентация акционеров на долгосрочные инвестиционные программы;
 - в) невысокая распыленность акций среди мелких частных инвесторов;
 - г) ориентация на внутренние источники финансирования.

Правильные ответы: 1- г, 2- г, 3 - г, 4 - в, 5 - в, 6- б, 7 - а, 8 - а, 9 - б, 10- в, 11 - г.

Основы менеджмента

1. **К функциям менеджмента относится все за исключением:**
- а) планирование;
 - б) управление;
 - в) стремление к получению прибыли;
 - г) организационная работа.
2. **К признакам донаучного менеджмента относится:**
- а) системный характер организации управления;
 - б) создание "рациональной бюрократии" на фирме;
 - в) наличие двухуровневой системы управления;
 - г) превращение менеджмента в самостоятельную профессию.
3. **Процесс распределения ресурсов для выполнения планов компании называется:**
- а) организационной работой;
 - б) планированием;
 - в) руководством;
 - г) контролем.
4. **К основным межличностным ролям менеджера относится:**
- а) роль распространителя информации;
 - б) роль лидера;
 - в) роль предпринимателя организатора;
 - г) роль специалиста по чрезвычайным ситуациям.
5. **Для высшего менеджмента ключевыми навыками являются:**
- а) аналитические навыки;
 - б) коммуникативные навыки;
 - в) технические навыки;
 - г) административные навыки.
6. **Способность видеть организацию в целом понимать взаимодействие между различными ее частями называют:**
- а) техническими навыками;
 - б) аналитическими навыками;
 - в) коммуникативные навыки;
 - г) административными навыками.

7. **К научным методам руководства относят:**
- регулирующее руководство (нормативное);
 - преобразующее руководство (индивидуальный подход);
 - руководство, основанное на личных взаимоотношениях;
 - верно а) и б).
8. **Стиль невмешательства - это такое руководство, когда:**
- менеджер сосредотачивает в своих руках всю полноту власти и не допускает никого к принятию решений;
 - менеджер делегирует часть своих властных полномочий подчиненным и привлекающий их к принятию решений;
 - менеджер выступает в качестве консультанта и предоставляет право принятия решений своим подчиненным;
 - менеджер, использующий в своей работе наряду с традиционными методами управления нетрадиционные, основанные на традициях и обычаях принятых в фирме.
9. **Основным методом авторитарного стиля руководства является:**
- делегирование полномочий;
 - приказ;
 - обмен информацией;
 - верно а) и в).
10. **Управленческие решения, основанные на разработке системы целей и задач для всех уровней управления, называются:**
- целевым управлением;
 - ситуационным управлением;
 - систематическим управлением;
 - руководство с учетом непредвиденных обстоятельств.
11. **Для японской системы управления характерно:**
- положение менеджера в организации зависит от его образования и навыков;
 - менеджер имеет универсальное управленческое образование;
 - преобладание формального рационального управления;
 - гибкость управленческих структур при стабильном составе работников.

Правильные ответы: 1- в, 2- в, 3- а, 4 - в, 5 - а, 6- б, 7- г, 8 - в, 9 - б, 10 - в, 11 - г.

Менеджмент организаций

1. **К признакам организации относится все, за исключением:**
- наличие нескольких, хотя бы 2-х человек;
 - общая цель;
 - механизм координации действий;
 - руководитель.
2. **Для неформальной организации характерно все за исключением:**
- спонтанный характер создания;
 - отсутствие руководителя;
 - небольшой размер;
 - отсутствие жестко установленных правил и процедур.
3. **К основным функциональным службам структуры управления относят:**
- формальную организацию;
 - совет директоров;
 - матричную структуру;
 - отдел маркетинга.
4. **Линейно- функциональная структура управления оказывается наиболее эффективной в условиях:**
- стабильной сложившейся среды;
 - ориентации компании на новые рынки и технологии;
 - преобладании на рынке неценовой конкуренции;
 - когда необходима оперативность принятия решений.

5. **К недостаткам дивизиональной структуры управления можно отнести:**
 - а) дублирование функций;
 - б) бюрократизация;
 - в) ведомственность внутри отдельных функциональных служб;
 - г) верно все выше перечисленное.
6. **В России в современных условиях преобладают фирмы, имеющие:**
 - а) матричную структуру;
 - б) дивизиональную структуру;
 - в) линейную структуру;
 - г) линейно-функциональную структуру.
7. **К современным организационным структурам управления относится:**
 - а) матричная структура;
 - б) проектная структура;
 - в) командная структура;
 - г) верно все выше перечисленное.
8. **К элементам корпоративной культуры относится:**
 - а) лозунги компании, помещаемые в ежегодных отчетах и пресс-релизах;
 - б) неформальные каналы распространения слухов;
 - в) внутренняя деловая и психологическая атмосфера, сложившаяся в компании;
 - г) верно все выше перечисленное.
9. **Для американской корпоративной культуры характерно:**
 - а) жесткое навязывание поведенческих стандартов;
 - б) широкая зона власти;
 - в) коллегиальность;
 - г) забота о качестве жизни.

Правильные ответы: 1- а, 2- б, 3- г, 4- а, 5- г, 6 - г, 7 - г, 8 - г, 9 - а.

Управление производством

1. **К основным элементам производственной системы относят:**
 - а) процесс производства;
 - б) ресурсы;
 - в) продукция;
 - г) все выше перечисленное.
2. **Последовательность действий и операций по преобразованию материалов в сырье называется:**
 - а) процессом производства;
 - б) трудом;
 - в) производственной системой;
 - г) процессом управления.
3. **Для современной тенденции мирового развития производственных систем характерен переход:**
 - а) от природных ресурсов к синтетическим;
 - б) от дорогих ресурсов к более дешевым;
 - в) от специализированных ресурсов к универсальным;
 - г) верно все выше перечисленное.
4. **Использование машин для частичной замены труда, ранее выполняемого людьми, называется:**
 - а) механизацией;
 - б) автоматизацией;
 - в) стандартизацией;
 - г) компьютеризацией.
5. **Примером единичного труда может служить:**
 - а) создание любой сложной техники;
 - б) создание уникальных приборов;

- в) использование на производстве любого квалифицированного ручного труда;
 - г) верно все выше перечисленное.
6. **Серийное производство - это:**
- а) производство однородной продукции в значительных масштабах;
 - б) повторяющееся, стабильное производство единообразных товаров и услуг;
 - в) производство разнотипных изделий с интервалами между сериями;
 - г) уникальное производство единичных экземпляров продукции.
7. **К признакам полшаблонного труда можно отнести:**
- а) законченность комплекса операций, при однообразии операций;
 - б) работник выполняет функции по управлению и наладке специализированного оборудования;
 - в) работник постоянно меняет темп и место работы;
 - г) узкая специализация и однообразная работа.
8. **Примером шаблонного труда может служить труд:**
- а) инженера;
 - б) работника на конвейере;
 - в) строителя;
 - г) ученого.
9. **Сложный процесс труда предполагает:**
- а) выпуск одного вида продукции;
 - б) выпуск широкого ассортимента продукции;
 - в) стандартизацию производства;
 - г) широкое использование ручного труда.
10. **К признакам жесткой производственной системы относится все за исключением:**
- а) массовое стандартизированное производство;
 - б) гибкость приспособление к изменяющимся условиям;
 - в) специализированное оборудование;
 - г) преобладание методов управления товарно-материальными запасами.
11. **Мягкая научная производственная система нацелена на снижение:**
- а) только производственных издержек;
 - б) только организационных издержек;
 - в) преимущественно производственных издержек;
 - г) преимущественно организационных издержек.
12. **В основе военно-анархической системы индустриального производства лежит:**
- а) массовое, конвейерное производство;
 - б) механизированное фабричное производство;
 - в) система производственных мастерских;
 - г) ручной труд.

Правильные ответы: 1- г, 2- а, 3- а, 4- а, 5- б, 6- в, 7 - а, 8- б, 9 - б, 10 - б, 11- г, 12 - б.

Управление персоналом

1. **К основным элементам социотехнической системы относятся все, за исключением:**
- а) производственная система;
 - б) система подготовки и переподготовки кадров;
 - в) внутрифирменные институты и внешние правовые регуляторы отношений между персоналом и администрацией;
 - г) методы управления персоналом.
2. **К основным функциям управления трудовыми ресурсами относят:**
- а) формирование трудовых ресурсов;
 - б) развитие трудовых ресурсов;
 - в) создание нормального производственного климата;
 - г) верно все выше перечисленное.

3. **Мотивация - это:**
- а) разнообразные способы побуждения человека к каким-либо действиям (лидерство);
 - б) способы и характер общения людей на производстве (механизмы передачи информации);
 - в) создание системы стимулов работать с отдачей (материальных, моральных и т.д.);
 - г) управление отношениями и способами взаимодействия людей на производстве.
4. **В условиях жесткой научной производственной системы управления персоналом опирается на принципы:**
- а) классической теории мотивации;
 - б) сложную систему разнообразных материальных и нематериальных мотивов;
 - в) сложную систему коллективных и индивидуальных стимулов;
 - г) не имеет специальных методов управления персоналом.
5. **Выберите последовательность потребностей от низших к высшим, правильно отражающую иерархию потребностей Маслоу:**
- а) потребность в самовыражении, потребность в признании, социальные потребности, потребность в безопасности, физиологические потребности;
 - б) физиологические потребности, потребность в самовыражении, потребность в признании, социальные потребности, потребность в безопасности;
 - в) физиологические потребности; социальные потребности, потребность в признании, потребность в безопасности, потребность в самовыражении;
 - г) физиологические потребности, потребность в безопасности, социальные потребности, потребность в признании, потребность в самовыражении.
6. **Согласно теории Z средний человек:**
- а) должен быть максимально вовлечен в процесс управления фирмы;
 - б) наиболее эффективно работает если удовлетворяются потребности всех уровней по Маслоу, включая высшие;
 - в) любит работать в коллективе, в котором его признают, любят и относятся как к члену семьи;
 - г) верно все выше перечисленное.
7. **Теория Y опирается на методы:**
- а) демократического стиля управления;
 - б) умеренно-авторитарного управления;
 - в) жесткого авторитарного управления;
 - г) не имеет особенного стиля управления.
8. **К основным направлениям формирования трудовых ресурсов можно отнести:**
- а) планирование трудовых ресурсов;
 - б) найм работников;
 - в) создание системы стимулирования и вознаграждения за труд;
 - г) все выше перечисленное.
9. **Оценка деятельности работника на современной западной фирме включает в себя следующие параметры:**
- а) уровень профессиональных знаний и навыков;
 - б) объем и качество выполненной работы;
 - в) коммуникативные навыки и способность выполнять руководящую работу;
 - г) верно все выше перечисленное.
10. **Выплаты работникам, сверх регулярной заработной платы или тарифа, представляющие собой вознаграждение за достигнутые успехи:**
- а) поощрением;
 - б) премия;
 - в) вознаграждением;
 - г) комиссионными.

11. **В XIX веке для трудовых отношений было характерно:**
- а) частноправовой характер трудового договора;
 - б) наличие фирменных систем социального обеспечения;
 - в) расширение контрактной системы трудового договора;
 - г) наличие государственных программ социального страхования работников.
12. **В новым современным институциональным регуляторам трудовых отношений относят:**
- а) профсоюзы;
 - б) систему патернализма;
 - в) государственные программы страхования работников;
 - г) некорпоративные системы страхования и социального обеспечения работников.

Правильные ответы: 1- в, 2 - г, 3 - а, 4- а, 5 - г, 6 - г, 7 - б, 8 - г, 9 - г, 10 - б, 11- а, 12 - г.

Маркетинг

1. **Для специалиста по маркетингу рынок - это:**
- а) коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами;
 - б) совокупность покупателей, испытывающих потребность в каком-либо товаре и располагающих необходимыми для покупки средствами;
 - в) совокупность существующих и потенциальных товаров, удовлетворяющих какую-либо потребность;
 - г) место, где совершаются различные сделки купли-продажи товаров.
2. **К основным элементам структуры рынка относят:**
- а) спрос;
 - б) конкуренты;
 - в) потребители;
 - г) все выше перечисленное.
3. **К институциональным потребителям относят:**
- а) фирмы, покупающие товары и услуги с целью дальнейшей переработки;
 - б) оптовых посредников;
 - в) розничных посредников;
 - г) все выше перечисленное.
4. **К наиболее важным для институциональных покупателей факторам, влияющим на принятие решения о покупке относят:**
- а) культурная среда;
 - б) принадлежность к определенному социальному классу;
 - в) привходящие обстоятельства;
 - г) способ приобретения товара.
5. **«Рынку покупателя» характерно все, за исключением:**
- а) продавец диктует цену покупателю;
 - б) господство принципа "пусть остерегается продавец";
 - в) хорошая информированность потребителя о качестве товара;
 - г) развитая сеть обществ потребителей.
6. **Основным недостатком недифференцированного маркетинга является:**
- а) уязвимость перед конкурентами, сконцентрировавшими свое внимание на определенных рыночных нишах;
 - б) высокие издержки производства и маркетинга;
 - в) ограниченные возможности для роста;
 - г) риск изменения вкусов потребителей.
7. **Для таких товаров как алюминий, медь наиболее подходящей будет:**
- а) стратегия недифференцированного маркетинга;
 - б) стратегия дифференцированного маркетинга;
 - в) стратегия концентрированного маркетинга;
 - г) верно б) и в).

8. **Фирма «Адидас», сосредотачивая свои усилия на производстве сразу нескольких видов спортивной обуви (кроссовки для бегунов, тенниски для теннисистов, спортивная обувь для баскетболисто в), ориентируется на:**
- а) концентрированную стратегию сегментирования рынка;
 - б) дифференцированную стратегию сегментирования рынка;
 - в) индивидуальную стратегию сегментирования рынка;
 - г) недифференцированную стратегию сегментирования рынка.
9. **К преимущественно вещественным товарам относятся:**
- а) соль;
 - б) обед в кафе;
 - в) образовательные услуги;
 - г) политические идеи.
10. **Товарный ассортимент:**
- а) все, что может удовлетворить потребность покупателя с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления;
 - б) вся группа товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность;
 - в) вещь или услуга, удовлетворяющие какую-либо потребность и имеющиеся в ограниченном количестве;
 - г) обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, цены и внешнего вида.
11. **Торговая марка - это:**
- а) любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация , используемые для обозначения товаров фирмы и отличающие их от товаров конкурентов;
 - б) любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация , используемые для обозначения товаров фирмы производителя, под которым они продаются по всей стране;
 - в) упаковка, на которой указано только наименование продукта без обозначения производителя;
 - г) любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация, используемые для обозначения товаров фирмы, зарегистрированное в законном порядке и дающее владельцу исключительное право на его использование.
12. **Самым длительным периодом жизненного цикла товара, как правило, является стадия:**
- а) внедрения товара;
 - б) роста;
 - в) зрелости товара;
 - г) спада.
13. **Консультации по аудиту относят к:**
- а) капитальным товарам;
 - б) институциональным товарам;
 - в) товарам длительного пользования;
 - г) вообще не относят к товарам в системе маркетинга.

Правильные ответы: 1- а, 2- г, 3- г, 4- г, 5- а, 6- а, 7- г, 8- б, 9 - а, 10 - г, 11 - г, 12 - в, 13 - б.

Ценообразование и распределение товаров

1. **В условиях монополистической конкуренции наибольшую роль в принятии фирмой решения о ценообразовании играют:**
- а) реклама и товарный знак;
 - б) поведение потребителей;
 - в) уровень издержек производства;
 - г) механизмы государственного регулирования цен и антимонополистическая политика.

2. **Стратегия выживаемости фирмы наиболее эффективна в условиях:**
 - а) высокой конкуренции и большого числа фирм конкурентов;
 - б) резко меняются потребности потребителей;
 - в) сильного рынка;
 - г) верно а) и б).
3. **В условиях эластичного спроса следует:**
 - а) повышать цену, так как в результате увеличивается общая выручка;
 - б) понижать цену, так как в результате увеличивается общая выручка;
 - в) повышать цену, так как в результате увеличивается рентабельность продаж;
 - г) верно а) и в).
4. **В случае если у фирмы в структуре издержек преобладают постоянные издержки, то:**
 - а) такая фирма называется «чувствительной к ценам» и цену следует продуманно снижать, чтобы увеличить общую выручку;
 - б) такая фирма называется «чувствительной к обороту» и цену следует продуманно снижать, чтобы увеличить общую выручку;
 - в) такая фирма называется «чувствительной к ценам» и цену следует продуманно увеличивать, чтобы увеличить общую выручку;
 - г) такая фирма называется «чувствительной к обороту» и цену следует продуманно увеличивать, чтобы увеличить общую выручку.
5. **«Чувствительность к ценам» (зависимость прибыли от цен) у фирм:**
 - а) тем выше, чем выше доля постоянных издержек;
 - б) тем выше, чем выше доля переменных издержек;
 - в) тем выше, чем меньше доля переменных издержек;
 - г) верно а) и в).
6. **К наиболее «чувствительным к ценам» относятся фирмы, занятые:**
 - а) организацией экскурсий;
 - б) розничной торговлей;
 - в) кинопрокатом;
 - г) оптовой продажей.
7. **Сильный рынок:**
 - а) рынок растущего спроса;
 - б) рынок падающего спроса;
 - в) рынок, на котором много фирм олигополистов;
 - г) рынок совершенной конкуренции.
8. **В условиях слабого рынка, выгодно:**
 - а) цены снижать, поддерживать низкие цены;
 - б) цены повышать, поддерживать высокие цены;
 - в) цены снижать, поддерживать высокие цены;
 - г) цены повышать, поддерживать низкие цены.
9. **Если товар фирмы ниже качеством, чем товары основного конкурента, она вынуждена будет назначить:**
 - а) аналогичную цене конкурента;
 - б) более высокую цену, чтобы позиционировать свой товар относительно товаров конкурентов;
 - в) более низкую цену, чтобы обеспечить себе рост сбыта товаров;
 - г) верно а) и в).
10. **Позиционирование товара - это:**
 - а) обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка комплекса маркетинга;
 - б) процесс разбивки потребителей на основе их потребностей и особенностей покупательского поведения;
 - в) оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со

- своими товарами;
- г) деятельность фирмы по увеличению сбыта за счет создания у товаров новых или усовершенствованных потребительских качеств.
11. Для высокоразвитого рынка с высокой степенью сегментации чаще всего для внедрения товара используют:
- а) скользящую цену;
 - б) цену проникновения;
 - в) низкую цену;
 - г) высокую цену.
12. Для скользящей цены характерная следующая динамика:
- а) высокая цена внедрения, с последующим ее снижением;
 - б) низкая цена внедрения с последующим ее повышением;
 - в) постоянное изменение цены в зависимости от рыночной конъюнктуры;
 - г) изменение цены товара в зависимости от стадии жизненного цикла.
13. Небольшая фирма, которая имеет прочное положение на фирме и стремящаяся избежать ценовой войны, чаще назначает цену на свой продукт на уровне:
- а) выше рыночной;
 - б) ниже рыночной;
 - в) на уровне средней рыночной цены;
 - г) на уровне лидера цен.
14. К методам ценообразования на основе издержек относят:
- а) расчет цены по методу "средние издержки плюс прибыль";
 - б) по методу назначения цены внедрения;
 - в) на уровне средней рыночной цены;
 - г) по методу снятия сливок.
15. К методам ценообразования на основе ощущаемой ценности товара относят:
- а) расчет цены по методу "средние издержки плюс прибыль";
 - б) по методу назначения цены внедрения;
 - в) на уровне средней рыночной цены;
 - г) верно б) и в).
16. Из ниже перечисленных магазинов самая высокая наценка, как правило, устанавливается в:
- а) супермаркете;
 - б) универсальном продовольственном магазине;
 - в) в «магазине-складе»;
 - г) в книжном магазине.
17. К нечестным методам ценообразования относится все ниже перечисленное, за исключением:
- а) фиксирование цен;
 - б) ценовая дискриминация;
 - в) заключение ограничительных сделок;
 - г) установление высоких торговых наценок.
18. К собственным средствам распределения товаров фирмы относят:
- а) коммивояжеров;
 - б) сбытовые филиалы фирмы;
 - в) дилеров;
 - г) верно а) и б).
19. Фирма, создающая сеть своих сбытовых филиалов в разных городах и районах пользуется:
- а) каналом нулевого уровня;
 - б) одноуровневым каналом;
 - в) двухуровневым каналом;
 - г) многоуровневым каналом.

Правильные ответы: 1-б, 2 -г, 3 -б, 4 -б, 5 -б, 6 -а, 7-а, 8 - в, 9 -а, 10 -а, 11-а, 12-в, 13-а, 14-г, 15-г, 16-в, 17-б, 18-г, 19-б.

Продвижение товаров и основы рекламы

1. **К основным элементам продвижения товара относят:**
 - а) магазин;
 - б) реклама;
 - в) биржа;
 - г) телевидение.
2. **К целям продвижения товара относят:**
 - а) обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.;
 - б) информирование покупателя о назначении, качестве, цене и месте где можно приобрести товар;
 - в) установление обратной связи с рынком и потребителем;
 - г) верно все выше перечисленное.
3. **Продвижение товара - это:**
 - а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью;
 - б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем;
 - в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации;
 - г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара.
4. **К достоинствам личных продаж можно отнести:**
 - а) индивидуальный подход;
 - б) невысокие издержки;
 - в) возможность охватить большой круг контактной аудитории;
 - г) верно все выше перечисленное.
5. **К основным недостаткам связей с общественностью можно отнести:**
 - а) неиндивидуализированный подход на основе стандартных сообщений;
 - б) высокие издержки фирмы;
 - в) не возможность охватить большой круг контактной аудитории;
 - г) верно все выше перечисленное.
6. **К основным элементам рекламы относится:**
 - а) текстовой компонент;
 - б) художественный компонент (креатив);
 - в) рекламный призыв;
 - г) верно все выше перечисленное.
7. **Реклама, направленная на рост объемов продаж с помощью описания свойств и преимуществ товара (реже цен), называется:**
 - а) товарной рекламой;
 - б) институциональной рекламой;
 - в) пропагандистской рекламой;
 - г) сравнительной рекламой.
8. **К достоинствам прессы как рекламного канала относится:**
 - а) регулярность выхода;
 - б) широкий охват аудитории;
 - в) быстрое исполнение рекламы;
 - г) верно все выше перечисленное.
9. **К недостаткам наружной рекламы можно отнести:**
 - а) сопротивление потребителей;
 - б) нерегулярность выхода объявлений;
 - в) значительные издержки на создание рекламы;

г) ограниченные возможности текстовых компонентов и сложности рекламы новых изделий.

10. В современных условиях в развитых странах преобладает:

- а) товарная реклама;
- б) престижная реклама;
- в) конкурентная реклама;
- г) сравнительная реклама.

11. К современным нерекламным средствам продвижения товаров относят:

- а) спонсорство;
- б) брендинг;
- в) дайрект-маркетинг;
- г) все выше перечисленное верно.

12. Дайрект-маркетинг - это:

- а) деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к группе товаров, объединенных определенной ценовой, качественной нишей и идеей выделяющими товар среди конкурентов и создающих его образ;
- б) установление долгосрочного взаимовыгодного и развивающегося партнерства между производителем и персонально известными потребителями;
- в) финансирование различных общественных мероприятий, событий, научных исследований и т.д.;
- г) деятельность направленная на создание фона, способствующая созданию престижности и социальной значимости товара.

Правильные ответы: 1 - б, 2 - г, 3 - а, 4- а, 5- а, 6- г, 7- а, 8- г, 9- г, 10 - б, 11 - г, 12 - а.

Основы бухгалтерского учета

1. Используемая в бизнесе система подготовки финансовой информации для руководства организации называется:

- а) бухгалтерским учетом;
- б) управленческим учетом;
- в) финансовой отчетностью;
- г) финансовым менеджментом.

2. К функциям финансовой отчетности относится:

- а) консалтинг;
- б) аудит;
- в) финансовое планирование для частных лиц;
- г) все выше перечисленное.

3. В системе финансового учета отчет о движении наличности показывает:

- а) насколько прибыльно работает предприятие;
- б) является ли предприятие устойчивым;
- в) какова учетная стоимость предприятия;
- г) способность предприятия осуществлять свои текущие платежи.

4. В операционные расходы (эксплуатационные издержки) входит все за исключением:

- а) заработная плата административного аппарата;
- б) затраты на маркетинговые исследования;
- в) средства идущие на возмещение основного капитала;
- г) расходы на рекламу.

5. Активы фирмы - это:

- а) собственный и привлеченный денежный капитал;
- б) стоимостная оценка всех фондов и средств фирмы (реально действующий капитал);
- в) собственный денежный капитал;
- г) привлеченный денежный капитал (заемный капитал).

6. **К текущим (ликвидным активам) относится все за исключением:**
- а) кассовая наличность;
 - б) рыночные ценные бумаги;
 - в) торговые марки;
 - г) товарно-материальные запасы.
7. **Нераспределенная прибыль находится по формуле:**
- а) чистая прибыль - дивиденды и резервы;
 - б) валовая прибыль - дивиденды и резервы;
 - в) валовая прибыль - процент за кредит;
 - г) налогооблагаемая прибыль - налоги.
8. **Неосязаемые активы - это:**
- а) наличность и другие активы, которые могут быть обращены в наличность в течение года;
 - б) активы, предназначенные для долгосрочного использования;
 - в) активы, не имеющие материальной формы, но обладающие стоимостью, так как они дают их владельцам определенные права;
 - г) стоимостной эквивалент репутации компании.
9. **К долгосрочным обязательствам фирмы относится все за исключением:**
- а) акционерный капитал;
 - б) соглашения о залоге имущества
 - в) долгосрочные банковские кредиты;
 - г) соглашения об аренде.
10. **Собственный капитал фирмы в балансовом отчете включает в себя все за исключением:**
- а) стоимость выпущенных в обращение обыкновенных акций;
 - б) нераспределенная прибыль;
 - в) стоимость выпущенных в обращение облигаций;
 - г) доли в предприятии каждого из партнеров.
11. **Выручка составила 100 тыс., издержки производства - 90 тыс., в производстве занят капитал, оцениваемый в 50 тыс. Рентабельность продаж при данных условиях равна:**
- а) 20%;
 - б) 10%;
 - в) 20%;
 - г) 7%.
12. **На основе приведенного ниже баланса фирмы рассчитайте норму ликвидности фирмы:** актив пассив наличность - 500 тыс. краткосрочные обязательства - 1000 тыс. рыночные бумаги - 200 тыс. долгосрочные обязательства - 1000 тыс. дебиторская задолженность - 300 тыс. материальные запасы - 100 тыс. оборудование - 1000 тыс. нематериальные активы - 200 тыс.
- а) 3.;
 - б) 2;
 - в) 1;
 - г) 0,5.
13. **На основе приведенного ниже баланса фирмы рассчитайте степень самостоятельности фирмы:** Актив Пассив наличность - 200 тыс. краткосрочные обязательства - 500 тыс. материальные запасы - 300 тыс. долгосрочные обязательства - 1000 тыс. оборудование - 1000 тыс. нематериальные активы - 500 тыс. а) 0,25;. б) 2; в) 1; г) 0,5.
14. **Отклонение рыночной стоимости фирмы от оценки активов баланса связано со следующими фактами:**
- а) с недоучетом в балансе нематериальных активов;
 - б) со значительной величиной неосязаемых активов

в) с ожиданиями субъектов рынка ценных бумаг;

г) верно все перечисленное выше.

Правильные ответы: 1 - б, 2- г, 3 - г, 4- г, 5- б, 6- в, 7 - а, 8 - г, 9 - а, 10 - в, 11 - в, 12 - в, 13 - г, 14 - г.

Основы финансового менеджмента

1. **Основными целями политики привлечения фирмой финансовых ресурсов являются:**
 - а) снижение стоимости капитала компании;
 - б) рост рентабельности капитала;
 - в) снижение риска неплатежеспособности фирмы;
 - г) верно все выше перечисленное.
2. **К внутренним источникам финансирования фирмы относится:**
 - а) амортизационные отчисления;
 - б) нераспределенная прибыль;
 - в) реализация активов;
 - г) верно выше перечисленное.
3. **Стоимость капитала компании - это:**
 - а) величина процентной ставки, которую фирма выплачивает за полученные кредиты у внешних заемщиков;
 - б) величина средней процентной которую фирма выплачивает при данном сочетании акционерного и заемного капитала.
 - в) стоимость всех активов фирмы;
 - г) стоимость всех ликвидных активов фирмы;
4. **Стоимость заемного капитала при прочих равных условиях всегда:**
 - а) выше акционерного капитала;
 - б) ниже акционерного капитала;
 - в) равна акционерному капиталу;
 - г) никак не связана со стоимостью акционерного капитала.
5. **К краткосрочным источникам финансирования относятся:**
 - а) торговый кредит;
 - б) факторинг;
 - в) облигационный заем;
 - г) верно а) и б)
6. **Вексель отличается от торгового кредита, тем что:**
 - а) носит безусловный характер;
 - б) может быть выдан только финансовым институтом (банком, фондом и т.д.);
 - в) может обращаться;
 - г) верно а) и в).
7. **К основным недостаткам банковской ссуды как источника финансирования фирмы относят:**
 - а) необходимость залога;
 - б) рост стоимости капитала компании;
 - в) опасность потери контроля над фирмой;
 - г) верно все выше перечисленное.
8. **Гарантией по необеспеченной ссуде может выступать:**
 - а) кредитная история должника;
 - б) компенсационный остаток;
 - в) доходность бизнеса должника;
 - г) верно все выше перечисленное.
9. **Если вы собираетесь финансировать капитальные вложения, то, согласно принципу соответствия, из всего ниже перечисленного, вам правильнее всего прибегнуть:**
 - а) к торговому кредиту;

- б) попытаться получить вексель;
 - в) получить в банке факторинг;
 - г) получить лизинг.
10. **Вновь создаваемое высоко рискованное предприятие следует финансировать за счет:**
- а) внутренних средств;
 - б) банковского кредита;
 - в) эмиссии акций;
 - г) эмиссии облигаций.
11. **К финансовым активам относят:**
- а) ценные бумаги: акции, облигации;
 - б) валюту;
 - в) банковские депозиты;
 - г) верно все выше перечисленное.
12. **К основным ценным бумагам относят:**
- а) опционы, фьючерсы;
 - б) депозитарные расписки, варранты, форварды;
 - в) акции, облигации, векселя;
 - г) верно б) и в).
13. **Определите годовую доходность облигации номиналом 100 долл. и купонном доходе 10 долл, если вам удалось ее приобрести за 80 долл.:**
- а) 10%;
 - б) 8%;
 - в) 12,5%;
 - г) 2,5%.
14. **Колебания доходности наиболее высоки у:**
- а) привилегированных акций;
 - б) государственных облигаций.
 - в) облигаций предприятия;
 - г) обыкновенных акций;
15. **Как правило, в условиях спада в портфеле инвестора:**
- а) растет доля акций и сокращается доля облигаций и наличности;
 - б) сокращается доля акций и растет доля облигаций и наличности;
 - в) растет доля акций и наличности, но сокращается доля облигаций;
 - г) растет доля облигаций, но сокращается доля акций и наличности.
16. **Инвестора, в инвестиционном портфеле которого ценные бумаги распределяются таким образом: акции - 10%, облигации -30%, сертификаты банков 60% можно назвать:**
- а) агрессивным;
 - б) консервативным;
 - в) умеренным;
 - г) информации недостаточно.

Правильные ответы: 1 - г, 2- г, 3 - б, 4- б, 5 - г, 6- г, 7- а, 8- г, 9 - г, 10 - в, 11 - г, 12 - г, 13 - в, 14 - г, 15 - б, 16 - б.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 в Предпринимательская деятельность в сфере земельно-имущественных отношений

1. Цель дисциплины:

- формирование комплекса знаний, умений и навыков организации предпринимательства в сфере земельно-имущественных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ШССЗ

Учебная дисциплина «Предпринимательская деятельность в сфере земельно-имущественных отношений» относится к общепрофессиональным дисциплинам основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:

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

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

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

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 9. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные традиции.

ОК 10. Соблюдать правила техники безопасности, нести ответственность за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- правовые основы индивидуального предпринимательства;
- соотношение финансов индивидуальных предпринимателей и физических лиц;
- упрощенный порядок ведения учета;
- экономическую сущность налогов, их функции;
- режимы уплаты налогов: общий режим, режим
- налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов
- деятельности (ЕНВД), упрощенную систему налогообложения (УСН), УСН на основе патента и др.;
- порядок оформления кредитов;
- методы подсчета прибыли и убытков;
- ассортимент выпускаемой продукции и услуг.

уметь:

- готовить документы для подачи заявления о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- выбирать режим уплаты налогов;
- вести отчетность установленной формы;
- анализировать состояние рынка товаров и услуг в области профессиональной деятельности;
- планировать объем и ассортимент выпускаемой продукции и услуг;
- вести учет;
- рассчитывать прибыль и убытки по результатам индивидуальной трудовой деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов.

5. Семестры:

Среднее общее образование – 2 семестр;

Основное общее образование – 4 семестр.

6. Основные разделы дисциплины:**Раздел 1. Основы предпринимательства**

Тема 1.1 Предпринимательство как особый вид деятельности

Тема 1.2 Организационно-правовые формы предпринимательства.

Тема 1.3 Основы экономики, организации и планирования предпринимательской деятельности

Тема 1.4 Порядок образования и прекращения деятельности субъектов предпринимательства

Тема 1.5 Предпринимательство в сфере малого бизнеса

Раздел 2. Предпринимательский риск

Тема 2.1 Сущность предпринимательского риска и его классификация.

Тема 2.2 Виды рисков в предпринимательской деятельности

Раздел 3. «Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности»

Тема 3.1 Государственное регулирование предпринимательской деятельности

7. Авторы

Кравец А.В., преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Находке.