

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Утверждаю  
Зам. директор по УР  
\_\_\_\_\_ Лебедева И.П.

Специальность 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

## **КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **ОП 14 «ОСНОВЫ БИЗНЕС - ПЛАНИРОВАНИЯ»**

Новокузнецк

Рассмотрено на заседании  
Методической комиссии специальности ОДВЛ  
Протокол № 12 от 23.05.2022г.  
Председатель МК Осколкова Е.А.

Организация-разработчик:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение  
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»  
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчик:

Сапожникова Л.А. – преподаватель высшей категории

## Содержание

1.	Паспорт комплекта контрольно-измерительных материалов по учебной дисциплине	4
2.	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной дисциплины по разделам и темам	7
3.	Комплект материалов для оценки освоение знаний и умений, общих и профессиональных компетенций	8
4.	Комплект материалов для промежуточной аттестации	13

## 1 Паспорт комплекта контрольно - измерительных материалов

Комплект контрольно-измерительных материалов предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины «Основы бизнес-планирования» адаптированной образовательной программы (АОП) по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

### 1.1 Контроль и оценка результатов освоения знаний и умений

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате изучения дисциплины «Основы бизнес-планирования» студент должен <b>уметь:</b> У1 применять методы исследования рынка с целью формулирования маркетинговой стратегии предприятия; У2 анализировать сильные и слабые стороны предприятия, его конкурентные преимущества; У3 использовать эффективные методы продвижения продукции предприятия на рынок; У4 использовать основные методы ценообразования; У5 анализировать и осуществлять основные расчеты плана производства; У6 анализировать и осуществлять основные расчеты финансового плана предприятия; У7 производить основные расчеты оценки эффективности инвестиционных планов и программ.	Тестовые задания Проверка индивидуальных заданий Практические занятия Опрос Проверка самостоятельных работ  Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.  Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

<p>В результате изучения дисциплины «Основы бизнес-планирования» студент должен <b>знать</b>:</p> <p>31 нормативную базу бизнес-планирования;</p> <p>32 систему методов и инструментов бизнес-планирования;</p> <p>33 методы исследования рынка;</p> <p>34 методы продвижения продукции на рынок;</p> <p>35 подходы к формулированию маркетинговой стратегии и формирование ценовой политики предприятия;</p> <p>36 порядок составления плана производства предприятия;</p> <p>37 основы разработки финансового плана предприятия и формирования финансовой стратегии предприятия;</p> <p>38 методику инвестиционного планирования.</p>	<p>Тестовые задания</p> <p>Проверка индивидуальных заданий</p> <p>Практические занятия</p> <p>Опрос</p> <p>Проверка самостоятельных работ</p> <p>Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.</p> <p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
---	--

## 1.2 Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций.

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания
<p>ОК.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивает их эффективность и качество.</p>	<p>Рациональность планирования и организации собственной деятельности в соответствии с профессиональными целями. Выбор и применение методов в области разработки технологических процессов в соответствии с целями и задачами деятельности. Объективность анализа профессиональной деятельности. Аргументированность оценки качества выполнения профессиональных задач.</p>
<p>ОК.3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Результативность решения профессиональных проблем. Оперативность решения нестандартных задач. Анализ профессиональной ситуации с позиции возможностей и ожидаемых рисков.</p>
<p>ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p>	<p>Оперативность поиска необходимой информации с использованием различных средств. Обоснованность выбора и оптимальность состава источников информации для решения профессиональных задач и самообразования.</p>
<p>ОК.5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Эффективность использования прикладного программного обеспечения, информационных ресурсов и возможностей сети Интернет в профессиональной деятельности</p>

ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ инноваций в области логистики
ПК 1.1-1.5 Планировать и организовывать логистический процесс в организациях различных сфер деятельности.	Владение методикой анализа, проектирования и планирования на уровне подразделения (участка). Соблюдение последовательности текущего планирования типичных логистических операций. Качество планирования и обоснования выбора основных параметров работы логистической системы и отдельных её звеньев.
<p>ПК 2.1 Участвовать в разработке инфраструктуры процесса организации снабжения и организационной структуры управления снабжением на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом.</p> <p>ПК 2.2 Применять методологию проектирования внутрипроизводственных логистических систем при решении практических задач.</p>	<p>Владение методикой организации закупок, производства и распределения на уровне подразделения, выявление проблемных зон в логистической деятельности предприятия, связанной с закупками, производством и распределением.</p> <p>Соблюдение требований к построению организации структуры логистики на предприятии и владение методикой проектирования внутрипроизводственных логистических систем.</p> <p>Владение методиками управления запасами.</p> <p>Умение производить расчеты и оценивать результаты, делать выводы и обобщения при решении практических задач.</p>
<p>ПК 3.2 Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения (участка) логистической системы (поставщиков, посредников, перевозчиков и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения).</p> <p>ПК 3.4 Применять современные логистические концепции и принципы сокращения логистических расходов.</p>	<p>Соблюдение методики оценки эффективности функционирования логистической системы</p> <p>Обоснованность выбора показателей для осуществления мониторинга подразделений логистической системы.</p> <p>Умение делать правильные выводы и обобщения.</p> <p>Правильность выбора показателей для анализа логистических издержек.</p> <p>Расчёт логистических издержек по функциональным областям.</p> <p>Использование современных логистических концепций для решения задач сокращения расходов.</p>

## 2. Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной дисциплины по разделам и темам

<b>Раздел, тема</b>	<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>№ задания</b>	<b>Проверяемые знания (З) и умения (У)</b>	<b>Проверяемые компетенции</b>	<b>Формы и методы контроля. Формулировка задания</b>
Тема 3  Тема 4  Тема 5	Исследование и анализ рынка сбыта.  Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия.  Маркетинговый план	№1	У1 – У4 З3 – З5	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2 ПК 3.2, ПК 3.4	Подбор и оценка коммерческой информации Подготовка сообщений по темам.
Тема 1 - 10		№ 2	У1 – У7, З1 – З8	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2 ПК 3.2, ПК 3.4	Контрольная работа по пройденным темам. Тестовое задание.
<b>Промежуточная аттестация</b>	Итоговое занятие	№ 3	У1 – У7, З1 – З8	ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2 ПК 3.2, ПК 3.4	Презентация бизнес-плана

### 3. Комплект материалов для оценки освоение знаний и умений, общих и профессиональных компетенций

#### ЗАДАНИЕ 1

**Тема 3. Исследование и анализ рынка сбыта.**

**Тема 4. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия.**

**Тема 5. Маркетинговый план.**

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1, У2, У3, 31,32,33, 34  ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2 ПК 3.2, ПК 3.4	Продукт + процесс	Оценка качества выполненного задания.	Соответствие требованиям (см. УВЗ

#### **(УВЗ) Условия выполнения задания**

1. Место выполнения задания: внеаудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.
3. Вы можете воспользоваться конспектом лекций, дополнительной литературой, интернет ресурсами.
4. Время для сообщения 5 минут:
  - аргументированность и чёткость изложения;
  - раскрытие темы;
  - демонстрация навыков подбора информации из различных источников.
5. Ответы на вопросы должны:
  - быть краткими;
  - точными.

**Текст задания:** Подбор и оценка коммерческой информации для определения стратегических групп конкурентов

Подготовка сообщений по темам.

1. Выбор стратегических зон хозяйствования.
2. Модель 5-ти конкурентных сил М.Портера.
3. Анализ конкурентных преимуществ предприятия.
4. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций.

#### ЗАДАНИЕ 2

**Темы 1 -10**

**Контрольная работа.**

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1 – У7, 31 – 38  ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2	Продукт + процесс	Оценка качества теста.	Соответствие требованиям (см. УВЗ



**(УВЗ) Условия выполнения задания**

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 45 мин.
3. Вы не можете пользоваться конспектом лекций, дополнительной литературой, интернет ресурсами.
4. Тест - 23 вопроса.
5. Критерии оценки:
  - оценка «отлично» при 91-100% выполнения задания;
  - оценка «хорошо» при 75-90 %;
  - оценка «удовлетворительно» при 50-75 %;
  - оценка «неудовлетворительно» менее 50% выполнения задания.

**Текст задания:****Тест.****1. План - это:**

- а) приказ;
- б) упорядоченный список действий, выполнение которых необходимо для достижения цели;
- в) прогноз показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

**2. Основные задачи среднесрочного планирования:**

- а) определение потребности в оборотном капитале;
- б) оценка прибыли, рентабельности и других показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- в) определение потребности в основном капитале.

**3. Основными причинами разработки бизнес-плана являются:**

- а) это дань моде;
- б) это интересно;
- в) убедить инвестора в целесообразности предоставления денег для реализации проекта;
- г) верность выбранному курсу фирмы;
- д) независимость от случайных обстоятельств;
- е) все ответы верны.

**4. Основной целью бизнес - плана является:**

- а) достижение процветания фирмы;
- б) защита от банкротства;
- в) достижение баланса желаний и возможностей фирмы;
- г) обогащение топ-менеджеров фирмы;
- д) правильного ответа нет;

**5. Выберите, на какие вопросы должен ответить бизнес - план:**

- а) где сейчас находимся?
- б) зачем мы здесь?
- в) зачем мы это делаем?
- г) куда движемся?
- д) как мы придем туда?

**6. Каков приоритетный порядок расположения учредителей на титульном листе бизнес-плана:**

- а) в порядке алфавита;
- б) в порядке, отражающем долю в установленном капитале;
- в) порядок в соответствии с учредительными документами;
- г) все ответы верны.

**7. На какие вопросы должен дать ответы титульный лист бизнес-плана:**

- а) название и адрес фирмы;
- б) Ф.И.О. директора, телефон;
- в) имена учредителей;
- г) возраст учредителей;
- д) доля учредителей в уставном капитале;
- е) адреса учредителей;
- ж) юридический адрес фирмы.

**8. Рекомендованное количество строк на титульном листе бизнес-плана:**

- а) 50
- б) 25
- в) 45
- г) 30
- д) таких рекомендаций нет.

**9. Проведите классификацию составляющих внешней и внутренней среды фирмы:**

- а) маркетинг;
- б) состояние конкуренции;
- в) потребители продукции;
- г) сбытовая деятельность;
- д) управление делами;
- е) персонал;
- ж) тенденции развития фирмы;
- з) производство;
- и) развитие отрасли;
- к) политические силы;
- л) финансы.

**10. Какой из формулировок целей вы отдадите предпочтение ?**

- а) целью фирмы на следующий год является повышение качества продукции;
- б) хорошее качество продукции – залог успеха;
- в) качество продукции – под постоянный контроль;
- г) повысить прибыльность по каждой позиции ассортимента;
- д) довести долю товара на рынке к концу года до 20 %.

**11. В бизнес-планировании сначала ставятся задачи, а затем формулируется цель?**

- а) да;
- б) нет.

**12. В каких случаях необходим бизнес-план:**

- а) требуются инвестиции;
- б) создаются новые фирмы;
- в) требуется реконструкция мощностей;
- г) необходимо оценить влияние меняющейся среды;

- д) требуется оценить уровень риска;
- е) все ответы верны;
- ж) правильного ответа нет.

**13. Сколько групп людей профессионально заинтересованы в составлении бизнес-плана:**

- а) две;
- б) три;
- в) все сотрудники фирмы;
- г) правильного ответа нет.

**14. Кто создает бизнес-планы:**

- а) собственники;
- б) инвесторы;
- в) кредиторы;
- г) менеджеры;
- д) все ответы верны;
- е) правильного ответа нет.

**15. Миссия предприятия отвечает на вопрос:**

- а) зачем существует предприятие;
- б) сколько прибыли оно должно иметь;
- в) каким будет предприятие в будущем.

**16. Аудит маркетинга, как составная часть маркетингового планирования, необходим для:**

- а) обеспечения работой отдела маркетинга;
- б) критической оценки положения предприятия;
- в) разработки программы маркетинга по товарам.

**17. План маркетинга предприятия является:**

- а) частью бизнес-плана;
- б) отдельной стратегией;
- в) миссией предприятия.

**18. Основной целью маркетинга предприятия может быть:**

- а) расширение рынка;
- б) увеличение доли компании на рынке;
- в) повышение рентабельности;
- г) все перечисленное выше.

**19. Бюджет маркетинга необходим для:**

- а) повышения рентабельности основной деятельности;
- б) сокращения потерь;
- в) реализации плана маркетинга и достижения целей предприятия.

**20. Контроль маркетинга:**

- а) представляет заключительный этап в плановой деятельности;
- б) начало плановой деятельности;
- в) середина плановой деятельности;
- г) не является плановой деятельностью.

**21. Для проведения анализа маркетинга используют:**

- а) фактические данные;
- б) плановые и фактические;
- в) прогнозные данные;
- г) данные за прошлые периоды.

**22. При контроле стратегического маркетинга сопоставляются:**

- а) финансовые результаты;
- б) эффективность рекламных компаний;
- в) достижение долговременных целей;
- г) выполнение плана по прибыли для ряда лет.

**23. Для каждой ситуации выберите вариант ответа – «да» или «нет»:**

- а) каждое предприятие в рыночной экономике разрабатывает стратегию маркетинга;
- б) выбор основных (базовых) стратегий развития предприятия зависит прежде всего от его юридической формы;
- в) план маркетинга – это не изменяемый документ на весь период его действия;
- г) план маркетинга фирмы, работающей для экспорта, обязательно отличается от плана для внутреннего рынка.

#### 4. Комплект материалов для промежуточной аттестации – представление проекта бизнес-плана

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1 – У 7, 31 – 38 ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 9 ПК 1.1-1.5, ПК 2.1 -2.2 ПК 3.2, ПК 3.4	Продукт + процесс	Оценка качества выполненного задания.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p><b>(УВЗ) Условия выполнения задания</b></p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Время для выступления 7 минут:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация навыков подбора информации из различных источников.</li> <li>- аргументированность и чёткость изложения;</li> <li>- мультимедийное сопровождение (показ слайдов);</li> <li>- выводы</li> </ul> <p>5. Ответы на вопросы должны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- быть краткими;</li> <li>- точными.</li> </ul>			

#### Текст задания

Промежуточный контроль освоения дисциплины проводится в форме презентации подготовленного бизнес-плана.

Работа над бизнес-планом осуществляется в течение всего семестра.

На основании выполненных практических работ составляется проект бизнес-плана, готовится студентами презентация и производится защита плана, что позволяет оценить усвоенные знания и освоенные умения по дисциплине.

Подготовка проекта бизнес-плана способствует:

- более глубокому и полному изучению теории и применению изученного материала на практике;
- формированию навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой;
- приобретение опыта публичных выступлений, участия в дискуссиях, обсуждения получаемой информации.