

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 уметь: 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 знать:</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

Раздел, тема	Наименование разделов и тем	№ задания	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	Формы и методы контроля. Формулировка задания
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.
Промежуточная аттестация	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>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Время для выступления 7 минут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков подбора информации из различных источников. - аргументированность и чёткость изложения; - мультимедийное сопровождение (показ слайдов); - выводы <p>5. Ответы на вопросы должны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - быть краткими; - точными. 			

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.