

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 01.10.2024 11:39:05

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе

по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы

«Товарный менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ»

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы «Товарный менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2024

Краснодар – 2023 г.

Составитель:

к.э.н., доцент,

А.Ю. Штезель

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол № 7 от 28 февраля 2023 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Организация бизнеса в торговле»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
1	2	3	4
ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя) ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	ПК-2.1. 3-1. Знает этику делового общения и правила ведения переговоров ПК-2.3. У-1. Умеет организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	Тема 4. Порядок организации бизнеса в сфере торговли
			Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле
			Тема 7. Организация и развитие собственного дела
ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	ПК-3.2. У-2. Умеет определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования ПК-3.3. У-1. Умеет анализировать текущую рыночную конъюнктуру	Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли
			Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле
			Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса в торговле Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Вопросы для проведения опроса обучающихся

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле

Индикатор достижения: ПК-3.3.

1. В чем проявляются характерные черты бизнеса?
2. Отличия и сходство понятий «предпринимательство» и «бизнес».
3. Что является критерием для отнесения конкретного лица к субъекту предпринимательской деятельности?
4. Какие принципы положены в основу предпринимательской деятельности?
5. Функции предпринимательства в торговле.
6. В чем сходство и различие разнообразных видов предпринимательской деятельности?
7. Какие права имеет предприниматель, какую ответственность и за что он несет?

Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса в торговле

Индикатор достижения: ПК-3.3.

1. Назовите ключевые объекты бизнеса в торговле.
2. Перечислите субъектов бизнеса, охарактеризуйте процесс их взаимодействия.
3. Какие методы изучения субъектов бизнеса применяются в коммерческой деятельности?
4. Какие существуют виды предпринимательской деятельности?
5. В чем состоит сущность производственного предпринимательства?
6. Почему производственное предпринимательство относят к ведущему виду предпринимательства?
7. Каково содержание коммерческого предпринимательства и что служит полем его деятельности?

Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли

Индикатор достижения: ПК-3.2.

1. Что такое бизнес-среда?
2. Каковы основные подсистемы внешней бизнес-среды?
3. Что такое внутренняя бизнес-среда?
4. Что относится к элементам внешней среды?
5. Внутренняя среда как основа развития предпринимательства
6. Методы ситуационного анализа внешней среды организации
7. Методы, используемые в торговом предприятии для выявления устойчивости тенденций (тренда) развития спроса в ретроспективе.
8. Методы прогнозирования спроса.
9. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности
10. Деловая среда предпринимательства.

Тема 4. Порядок организации бизнеса в сфере торговли

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. Кто может стать и как индивидуальным предпринимателем?
2. Какие организационно-правовые формы предприятий закреплены законодательно?
3. Обоснуйте достоинства и недостатки основных организационно-правовых форм предприятий?
4. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.
5. Какие документы необходимо представить для регистрации предприятия?
6. В какой последовательности осуществляется процесс регистрации предприятия?
7. Последствия ведения предпринимательской деятельности без регистрации.
8. Какие атрибуты имеет предприятие и зачем они необходимы?

Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. В чем заключаются основные достоинства малого предпринимательства с точки зрения: а) экономики страны, б) предпринимателя.
2. Что понимается под термином *малое предприятие*?
3. Какие проблемы национальной экономики могут быть решены малым бизнесом?
4. Какие недостатки присущи малому бизнесу?
5. Какие стратегии развития может использовать малая фирма и какова их сущность?
6. В чем заключаются основные принципы государственной политики в сфере поддержки малого бизнеса?
7. Какие льготы в налоговой сфере предоставлены малому бизнесу?
8. Что дает предоставление налоговых льгот малому бизнесу, экономике страны и региона?
9. В чем сущность упрощенной системы налогообложения и что ее использование дает предпринимателям?
10. В каких сферах деятельности и в каких формах малые фирмы сотрудничают с крупным бизнесом?
11. Какие достоинства и недостатки можно отметить в сотрудничестве малого и крупного бизнеса?
12. В чем заключается сущность франчайзных отношений?
13. Что должен учитывать предприниматель при заключении франчайзного договора?
14. Что приобретает предприниматель при заключении франчайзного договора?
15. Что такое лизинг и какова его роль в развитии малого бизнеса?
16. Назовите виды лизинговых операций. В чем их сущность?
17. В чем заключаются основные достоинства лизинговых операций?
18. В какой последовательности осуществляется заключение лизинговых сделок, и что при этом учитывается?
19. От каких факторов будет зависеть размер регулярных лизинговых платежей?
20. В каких отраслях народного хозяйства и в каких сферах предпринимательской деятельности целесообразно развитие лизинговых отношений? Почему?

Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере

Индикатор достижения: ПК- 3.3.

1. В каких случаях разрабатывается бизнес-план?
2. Нужно ли планирование в рыночных условиях и почему?
3. Какие задачи решает предприниматель с помощью разработки бизнес-плана?
4. Для кого разрабатывается бизнес-план?
5. На какой информации основывается бизнес-план?

6. Какие вопросы должны быть проработаны в плане маркетинга?
7. Что включает в себя конкурентный анализ?
8. Какие факторы оказывают влияние на конкретную структуру бизнес-плана и степень его детализации?
9. От чего зависит степень риска в конкретных сферах бизнеса?
10. Что необходимо знать для определения точки самоокупаемости?

Тема 7. Организация и развитие собственного дела

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. Какие общие условия создания собственного дела вы знаете?
2. Назовите основные принципы организации собственного дела.
3. Какие этапы создания собственного дела вы знаете?
4. Что такое предпринимательская идея?
5. Как нужно формулировать цели при создании собственного дела?
6. Какие критерии необходимы для выбора организационно-правовой формы предприятия?
7. Перечислите и охарактеризуйте поэтапно порядок оформления предприятия.

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется обучающемуся, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала,

0,4 балла выставляется обучающемуся, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы,

0,3 балла выставляется обучающемуся, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов,

0,2 балла выставляется обучающемуся, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов на задаваемые дополнительные вопросы.

Задания для текущего контроля

Тестовые задания

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле

Индикатор достижения: ПК-3.3.

1. К основным признакам бизнеса 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. К основным формам экономической деятельности можно отнести:
 - а) предпринимателя;
 - б) домашнюю хозяйку;
 - в) учителя в школе;
 - г) верно все перечисленное.
3. К сильным сторонам индивидуального 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;

4. 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.

5. 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.

6. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:

- а) характер предпринимателя;
- б) особенности конкуренции на рынке;
- в) цели фирмы;
- г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

7. 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 все

Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. Лицо, занимающееся незаконной предпринимательской деятельностью, несет ответственность:

- а) административную;
- б) моральную;
- в) экономическую;
- г) уголовную.

2. Какую ответственность несут ИП

- а) Не отвечает по обязательствам своим имуществом и несет риск в размере вкладов
- б) Несет субсидиарную ответственность своим имуществом
- в) Отвечает всем принадлежащим ему имуществом

3. Какое наказание за предпринимательскую деятельность без государственной регистрации?

- а) административный штраф
- б) административные работы
- в) уголовная ответственность.

4. Раскройте классификацию коммерческих юридических лиц по организационно-правовым формам.

- а) общества, товарищества, производственный кооператив;

- б) товарищества, общества, потребительский кооператив;
- в) все ответы верны.

5. 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

6. Что из приведённого ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъёмно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации
- г) автомобильный транспорт
- д) здания

7. Объединение капиталов характерно:

- а) товариществу на вере
- б) корпорации
- в) акционерному обществу
- г) всем перечисленным выше организационно - правовым формам фирмы.

8. 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.

Тема 7. Организация и развитие собственного дела

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. В резюме проекта должно быть прописано следующее:

- а) цели бизнеса;
- б) реклама и продвижение продукта на рынке;
- в) конкурентные преимущества;
- г) производственный цикл;
- д) требуемая сумма инвестиций

2. В финансовом плане необходимо отразить следующее:

- а) отчет о прибылях и убытках;
- б) финансовые показатели деятельности предприятия;
- в) затраты на изготовление продукции;
- г) описание отрасли;
- д) производственный цикл

3. Укажите, какие характеристики относятся к производственному плану предприятия.

- а) ценообразование;
- б) географическое положение;
- в) необходимое оборудование;
- г) производственные мощности;

д) план продаж.

4. Перечислите характеристики, относящиеся к плану маркетинга.

- а) общая стратегия маркетинга;
- б) реклама и продвижение продукта;
- в) целевая аудитория;
- г) система налогообложения;
- д) организационно – правовая форма.

5. Перечислите характеристики, относящиеся к организационному плану

- а) SWOT -анализ сильных и слабых сторон;
- б) кадровая политика фирмы;
- в) система ценообразования;
- г) управленческая и организационная структуры;
- д) обязанности работников.

6. К основным функциональным службам структуры управления относят:

- а) формальную организацию;
- б) совет директоров;
- в) матричную структуру;
- г) отдел маркетинга.

7. Линейно- функциональная структура управления оказывается наиболее эффективной в условиях:

- а) стабильной сложившейся среды;
- б) ориентации компании на новые рынки и технологии;
- в) преобладании на рынке неценовой конкуренции;
- г) когда необходима оперативность принятия решений.

8. К современным организационным структурам управления относится:

- а) матричная структура;
- б) проектная структура;
- в) командная структура;
- г) верно все выше перечисленное.

9. 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.

10. Бизнес-единица - это подразделение, которое:

- а) определяет общую стратегию организации;
- б) реализует ассортимент родственных продуктов четко определенной группе клиентов;
- в) занимается благотворительной деятельностью;
- г) обычно не приносит прибыли.

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется студенту, при условии его правильного ответа не менее чем на 90% тестовых заданий,

0,3 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 70 до 89% тестовых заданий,

0,2 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 50 до 69% тестовых заданий,

0,1 балл выставляется студенту при условии его правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий.

Задания для творческого рейтинга

Темы рефератов

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле

Индикатор достижения: ПК-3.3

1. Виды предпринимательства, их классификация.
2. Сущность производственного предпринимательства.
3. Коммерческое предпринимательство, его разновидности.
4. Финансовое предпринимательство.
5. Консультационное предпринимательство.

Тема 7. Организация и развитие собственного дела

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. Общие условия создания собственного дела.
2. Предпринимательская идея и её выбор.
3. Формы организации бизнеса.
4. Франчайзинг – как форма организации бизнеса.
5. Выбор организационно-правовой формы для ведения бизнеса: коммерческие и некоммерческие организации.
6. Порядок создания предприятия и его регистрация.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию реферата (презентации): обозначена проблема и обоснована ее актуальность, проведен анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, выполнена качественная презентация, оригинальность реферата -50%.

4 балла – выставляется обучающемуся, если основные требования к реферату (презентации): выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем реферата, имеются упущения в оформлении презентации, оригинальность реферата -50%.

3 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к реферату (презентации). В частности, тема раскрыта частично, допущены ошибки и отсутствуют выводы. Оригинальность реферата - 40%.

Тематика аналитических записок (раздел 1,2):

1. Анализ предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России
2. Анализ рынков сбыта, конкурентов и положения компании на рынке
3. Аналитическая записка перспективам развития бизнеса в России
4. Аналитическая записка по проблемам развития социальной ответственности бизнеса

5. Анализ интеграционных взаимодействий представителей бизнеса
6. Аналитическая записка «Современные формы организации бизнеса в сфере торговли»

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию аналитической записки: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, проведен анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблема и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, оригинальность аналитической записки - 50%.

4 балла – выставляется обучающемуся, если основные требования к написанию аналитической записки: выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем, имеются упущения в оформлении, оригинальность -50%.

3 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к содержанию аналитической записки. В частности, тема раскрыта частично, допущены ошибки и отсутствуют выводы. Оригинальность аналитической записки -40%.

Анализ кейс-ситуации по теме 2. «Объекты и субъекты бизнеса в торговле»

Индикатор достижения: ПК-3.3.

Цель – кейса - приобретение опыта профессиональной аргументации собственного мнения в результате применения стратегий сбыта для решения конкретных бизнес- задач предприятия. Оценка поставщика. Произведите оценку нескольких поставщиков материальных ресурсов действующей компании. Для этой цели используйте стандарт рейтинговой оценки поставщика, в котором выделяются разделы (см. методические указания по выполнению практических работ с использованием инновационных методов обучения). Для каждого раздела устанавливается свой вес (по 10- балльной шкале) в зависимости от его важности для компании-закупщика. Индивидуальные факторы в рассматриваемых разделах оцениваются по 4-балльной шкале, общая оценка по разделу получается путем сложения пофакторных оценок. Рейтинговая оценка по разделу получается путем умножения суммы пофакторных оценок раздела на его вес. Общий рейтинг компании получается путем сложения рейтинговых оценок по разделам.

Подготовьте отчет о рейтинговой оценке поставщика. Разработайте мероприятия по совершенствованию деятельности субъекта бизнеса.

Компания _____

Общий рейтинг _____

<i>Компания</i>	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
	4	3	2	1
Размер и/или мощность				
Финансовое положение				
Прибыль от деятельности				
Производственный диапазон				
Исследовательская база				
Техническая оснащенность				
Уровень менеджмента				
Географическое размещение				
Состояние рабочей силы				
Трудовые отношения				

Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Продукт</i>	4	3	2	1
Качество				
Цена				
Упаковка				
Стандартизация				
Гарантия				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Услуги</i>	4	3	2	1
Доставка в срок				
Состояние продукта по прибытии				
Наличие инструкций и следование им				
Количество отказов (возвратов)				
Обслуживание жалоб				
Технический надзор				
Помощь при авариях				
Отпускная цена устанавливается сразу				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Торговый персонал</i>	4	3	2	1
Знание собственной компании				
Знание собственного продукта				
Знание отрасли закупщика				
Знание компании закупщика				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Требования к продажам</i>	4	3	2	1
Объем продаж по плану				
Объем продаж фактический				
Общий объем продаж				
Скорость оформления				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Торговый сервис</i>	4	3	2	1
Получение информации и обмен ею				
Быстрота окончательных расчетов				
Порядок выполнения заказов				
Сопровождение поставки				

Прием претензий				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				

Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли

Индикаторы достижения: ПК-3.2

Кейс «Silver Cross»

Silver Cross (<http://www.silvercross.co.uk/>) занимается производством детских колясок с 1877 г. В арсенале компании уникальные исторические коляски и современные транспортные средства для новорожденных, младенцев и детей дошкольного возраста. После покупки компании в 2002 г. фирмой David Halsall International была разработана стратегия диверсификации и начато производство других продуктов для детей дошкольного возраста – высоких стульчиков, кресел для кормления и т.п.

История

Компания Silver Cross была основана инженером-изобретателем Уильямом Уилсоном в 1877 г. и начала с производства почтовых тележек и детских колясок в мастерской на улице Silver Cross в г. Лидс, Великобритания. Коляски Уилсона впервые использовали складной верх и уникальную подвеску. Вдохновленный первыми успехами, Уилсон построил новую фабрику в Лидсе, которая, к сожалению, вскоре после открытия сгорела, но была вновь отстроена и получила название Silver Cross Works

После своей смерти в 1913 г. Уилсон оставил 30 патентов на различные коляски, и в 20-е годы компания получила известность своими инновациями и техническими усовершенствованиями колясок. Вплоть до 80-х компания производила только коляски, постепенно внедряя все новые механизмы, современные материалы и совершенствуя дизайн. В 80-е и 90-е компания начала производство легких складных прогулочных колясок, и ее коляска «Wayfarer» на пике популярности достигала продаж 3000 штук в неделю.

Однако к 2002 г. несмотря на столетнюю историю и прошлые заслуги коляски Silver Cross не выдерживали конкуренции с новыми легкими, многофункциональными транспортными системами и считались старомодными и непрактичными. Это и послужило причиной продажи компании на грани банкротства крупнейшему в Британии производителю игрушек - David Halsall International всего за 500.000 фунтов. David Halsall International, частная компания, производила по лицензии Silver Cross игрушечные копии знаменитых колясок, выплачивая ежегодно гонорар в 200.000 фунтов. Сразу после покупки Дэвид Хэлсэл в интервью Financial Times сказал, что, видя, в каком состоянии компания, он решил, что купив бренд вместо уплаты гонорара за лицензию, он сможет окупить затраты за пару лет.

Став частной компанией, Silver Cross продолжает выпускать исторические коляски, но разработала целую серию современных транспортных систем и аксессуаров, среди которых:

- Прогулочные коляски
- Автокресла
- Кресла для кормления
- Стульчики
- Кресла-переноски
- Качалки
- Подставки для купания младенцев
- Переносные колыбельки

Цель дизайнеров и инженеров компании – облегчить жизнь современных родителей с помощью современных легко трансформирующихся многофункциональных транспортных систем. Компания главной своей целью видит поддержание высочайшего качества своих продуктов. Этот имидж бренда поддерживает и отдел обслуживания потребителей, готовый принять заказ из любого уголка страны и даже из других стран. Высокое качество и гарантированная безопасность – вот ценности, принесшие бренду Silver Cross популярность среди знаменитостей и сильных мира сего. Среди клиентов компании Мадонна, Дженнифер Лопес, Гвинет Пэлтроу, известные футболисты и члены королевской семьи.

Рынок детского транспорта

Мобильность современных родителей вызвала рост рынка колясок и других видов детского транспорта. Родители не скупятся на приобретение самых современных и качественных продуктов для своих детей. Большую роль здесь играет мода, покупатели становятся все более искушенными, поэтому им нужна полная информация о приобретаемом продукте.

Рынок фрагментирован и включает большое число мелких производителей, продающих свои товары не только через розничные сети, но все больше и больше через Интернет. Основные производители: Mamas&Papas, Silver Cross, Babies “R” Us, Graco, Maclaren, Mothercare, Dorel, Chicco, Bebecar, Cosatto, BabyDan.

После покупки Silver Cross получила значительные инвестиции в разработку новых продуктов, совершенствование дизайна, повышение качества и безопасности. Ее коллекция исторических колясок пополнилась брендом «Бентли для младенцев», которые вручную производятся в Йоркшире.

Традиции живы и в информационном веке

Решение производителя детских колясок Silver Cross использовать социальные сети и диверсифицировать свой продуктовый портфель свидетельствует, что историческим брендам, чтобы выжить, не нужно отказываться от традиционных ценностей.

Исторические бренды всегда привлекают внимание общественности, но это внимание не всегда приводит к росту доходов. Это подтверждает история Silver Cross, оказавшейся на грани банкротства в 2002 г. И вот всего через 8 лет мы видим окрепший бренд, первый выбор для королевских наследников с 20-х годов, который вышел за пределы своего традиционного продукта – детской коляски.

Владелец компании хочет, чтобы бренд ассоциировали не только с роскошными колясками, но с разнообразием товаров, высоким качеством и гарантией безопасности. Такая стратегия позволит компании оставаться конкурентоспособной, даже если один из продуктов выйдет из моды. Дэвид Хэлсэл покупая у Silver Cross лицензию на производство игрушечных колясок, видел потенциал компании и купив ее в 2002 г., в 2006 продал свой игрушечный бизнес и сосредоточился только на Silver Cross. Думаю, что он не прогадал. По данным компании Mintel рынок товаров для новорожденных и младенцев растет на 20% в год и достиг 639 миллионов фунтов, к 2013 ожидают, что он вырастет до 753 миллионов.

7 крупнейших производителей премиальных детских колясок

по доле рынка (данные компании Mintel)

1. Mamas&Papas
2. Graco
3. Maclaren
4. Mothercare
5. Silver Cross
6. Bugaboo
7. Dorel

Silver Cross в Великобритании и за рубежом

Если в Британии молодые современные мамы выбирают Silver Cross, то за рубежом бренд знают в основном за его историю и знаменитых клиентов. Эту стратегию используют и другие английские бренды с историей. Burberry и Barbour в Англии используют более современный молодежный образ, а за рубежом используют свои традиционные ценности, их товары покупают те, кто хочет покупать то, что использует и носит королевская семья. Дэвид Хэллэл говорит, что продвигая бренд за рубежом, компания использует ассоциации с ее британским происхождением и образы членов королевской семьи и других знаменитостей.

Вопросы к кейсу:

1. Перечислите факторы, влияющие положительно и отрицательно на бизнес компании Silver Cross.
2. Как компания создает свое конкурентное преимущество?
3. Проведите SWOT-анализ компании
4. Опишите каждый из элементов бизнес-модели компании Silver Cross. Что можно улучшить в существующей модели?
5. В чем, на ваш взгляд, состоит потребительская ценность продукта компании Silver Cross?
6. Кто является ключевой аудиторией компании? Как Silver Cross строит взаимоотношения с ключевой аудиторией?
7. Что является ключевыми ресурсами компании?
8. Кто является ключевыми партнерами компании? Какие риски существуют в работе с ними?
9. Какова, на ваш взгляд, структура издержек компании? Назовите основные издержки?
10. С какими рисками может столкнуться компания в ближайшем будущем? Как можно избежать или ослабить влияние этих рисков?

Анализ кейс-ситуации по теме № 4 «Порядок организации бизнеса в сфере торговли»

Индикатор достижения: ПК-2.1, ПК-2.3.

Индивидуальный предприниматель (зарегистрирован в г. Краснодаре), использующий наемный труд (трое наемных работников), оказывает автотранспортные услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом. Количество автотранспортных средств предпринимателя, используемых для перевозки грузов, составляет 3 единицы. Рассчитайте сумму патента за год к уплате в бюджет.

Изучите бизнес-среду предприятия. Постройте матрицу SWOT-и PEST, предложите стратегические решения по развитию предпринимательской деятельности на рынке транспортных услуг.

Анализ кейс-ситуации по теме 7. «Организация и развитие собственного дела»

Индикатор достижения: ПК-2.1, ПК-2.3.

Общая емкость рынка парковых услуг и развлечений в России оценивается в 3,5 миллиарда рублей в год. Например, по объему сборов и числу аттракционов в Москве лидирует Центральный округ. Известно, что 17% потребителей предпочитают всем остальным развлечениям именно парки аттракционов, а 41% посещает их чаще раза в месяц. Поскольку рынок еще только формируется, создание стационарного парка аттракционов будет коммерчески выгодным уже при населении города в 200 тысяч человек, на стопроцентную выгоду можно рассчитывать, открывая его в городе с полумиллионным населением. Задание: Вы планируете открыть парк аттракционов в большом городе (с

населением более 500 тыс. чел.).

1. Вам необходимо проанализировать потребительский спрос, создать концепцию объекта развлечений, оценить риски и факторы их снижения, а также разработать мероприятия по продвижению данной услуги на рынке.

2. Составьте резюме бизнес-плана для целей проведения переговоров для привлечения внешнего финансирования проекта. Бизнес-идея определяется студентом самостоятельно. Содержание резюме и состав ключевых индикаторов будут зависеть от выбранного студентом источника внешнего финансирования.

3. Составьте план рисков реализации бизнес-плана по виду экономической деятельности. Перечислите ключевые показатели эффективности данного бизнес-плана.

4. Отчет о выполненном задании представляется в виде презентации.

Расчетно-аналитические задания

Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере

Индикатор достижения: ПК-3.3

1. Предприятие производит продукцию одного наименования. Цена продукта для потребителей составляет 230 руб. за единицу. Переменные расходы на единицу продукции составляют 180 руб. Общая величина постоянных расходов – 300 000 руб., из которых половину составляет арендная плата.

При увеличении стоимости аренды на 10%, на сколько единиц продукции необходимо увеличить продажи, чтобы достигнуть точки безубыточности?

2. Предприятие производит продукцию одного наименования. Рыночная цена на аналогичную продукцию составляет 210 руб. Производственные мощности предприятия ограничены и максимальный выпуск продукции составляет 200 единиц. Переменные расходы на единицу продукции составляют 120 руб. Общая величина постоянных расходов – 25 000 руб.

Сможет ли предприятие установить на продукцию конкурентоспособную цену?

3. На разработку нового продукта компания потратила 500.000 руб. Ежемесячные расходы на рекламу и продвижение продукта составляют 80.000 и 25.000 руб. соответственно. Жизненный цикл продукта составляет 5 лет. В течение первого года с момента начала продаж компании удалось привлечь 270 новых клиентов. Рассчитайте стоимость привлечения одного клиента за первый год продаж продукта.

4. Рассчитайте Чистый Дисконтированный Доход по двухлетнему бизнес - проекту, если известно что

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

5. Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте среднегодовую стоимость основных производственных фондов.

6. Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных

производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте ежегодный размер амортизационных отчислений линейным способом.

7. Фирма запустила в продажу новый продукт. Ежемесячная стоимость привлечения покупателей для этого продукта составляет 3000 руб. Ежегодная прибыль, которую приносит каждый покупатель составляет 80000 руб. Исходя из опыта прошлых лет, руководство компании считает, что коэффициент удержания клиентов составит 86%. Рассчитайте пожизненную ценность клиента.

8. Рассчитайте Индекс прибыльности (доходности) по двухлетнему бизнес-проекту, если известно что

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

Стоит ли заниматься эти бизнес-проектом и почему?

9. Рассчитайте индекс прибыльности (доходности) по двухлетнему бизнес-проекту, если известно:

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

10. Посмотрите на финансовые показатели проектов. Готовы ли Вы вложить средства хотя бы в один из них. Аргументируйте свой ответ.

	Проект 1	Проект 2	Проект 3
Ставка дисконтирования	25%	18%	0%
Период окупаемости (г.)	>3	9	5
Дисконтированный период окупаемости (г.)	>3	10	6
Чистый Денежный Доход	1 200 889 р.	180 238 р.	340 351 р.
Индекс прибыльности	0,89	1,11	2,84
Индекс внутренней рентабельности	30%	17%	35%
Длительность проекта	3 года	10 лет	8 лет

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура экзаменационного билета по дисциплине «Организация бизнеса в торговле»

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1. Функции предпринимательства</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2 Организация лизинговых операций</i>	<i>15</i>
<i>Практическое задание</i> Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?	<i>10</i>

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Номер вопроса	Перечень практических заданий к экзамену
1.	<p>Рассчитайте Индекс прибыльности (доходности) по двухлетнему бизнес-проекту, если известно что:</p> <p>Начальные инвестиции - 35.000</p> <p>Чистый денежный поток за первый год - 30.000</p> <p>Чистый денежный поток за второй год - 25.000</p> <p>Ставка дисконтирования 10%</p> <p>Стоит ли заниматься эти бизнес-проектом и почему?</p>
2	<p>Вы решили открыть цветочный магазин. Какую организационно-правовую форму ведения бизнеса следует выбрать? Посчитай, сколько денежных средств потребуется для открытия стартапа с учетом оплаты зарплаты и аренды помещения на 3 месяца вперед? Вы выбрали помещение под магазин за 25 000 руб. в месяц. В этом магазине будете работать только вы. Зарплата 1 сотрудника в месяц без учета налога на доходы физического лица (НДФЛ) составит 40 000 руб. Закупка и доставка цветов в магазин будет осуществляться со складов компаний-партнеров. Оплата первой партии цветов составит 140 000 руб. Офис и полноценное ведение бухгалтерии не потребуются.</p>
3	<p>Рассчитайте Чистый Дисконтированный Доход по двухлетнему бизнес - проекту, если известно, что:</p> <p>Начальные инвестиции - 35.000</p> <p>Чистый денежный поток за первый год - 30.000</p> <p>Чистый денежный поток за второй год - 25.000</p> <p>Ставка дисконтирования 10%</p>
4	<p>Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте среднегодовую стоимость основных производственных фондов.</p>
5	<p>Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте ежегодный размер амортизационных отчислений линейным способом.</p>
6	<p>Определите стоимость предприятия (бизнеса) в постпрогнозный период, используя модель Гордона, если известны следующие исходные данные:</p> <p>Денежный поток в первый год постпрогнозного периода –3750 тыс. руб.</p> <p>Ставка дисконта –28 %.</p> <p>Долгосрочные темпы роста денежного потока –3%</p>
7	<p>Оцените экономическую ситуацию для предпринимателя. Предприниматель планирует заняться реализацией бананов. Он взял на реализацию 10 кг бананов на сумму 150 рублей, продал их за 250, на оставшиеся средства купил еще бананов, но смог продать их лишь за 50 рублей. Какую выручку получит предприниматель?</p>
8	<p>Постоянные издержки составляют 450 тыс. руб.</p> <p>Переменные издержки 340 руб./шт.</p> <p>Цена реализации – 1100 руб./шт.</p> <p>Количество продукции – 100 и 500 шт.</p> <p>Рассчитать точку безубыточности в натуральном и стоимостном выражении, валовую маржу.</p>

9	Александр планирует открыть придорожное кафе на выезде из своего города, и сделать его прибыльным за 3 года. По предварительным расчётам, его начальные инвестиции составят 5 600 000 рублей, и он может рассчитывать на 1 700 000 р. чистого денежного потока за первый год, 2 600 000 – за второй и 3 100 000 – за третий. Знакомый аналитик определил ставку дисконтирования для проекта Александра в 11%. Если все прогнозы верны, стоит ли ему инвестировать в этот бизнес-проект и почему? На какой индекс прибыльности (доходности) по трехлетнему проекту может рассчитывать Александр?					
10	Руководство завода по производству насосного оборудования решило выпустить пробную партию установок для мойки автомобилей, чтобы заместить на рынке ушедшие западные компании. В первом квартале им удалось произвести и полностью продать пробную партию в 1250 ручных моек высокого давления российского образца. Себестоимость производства одной мойки составила 29 тыс. руб., а её розничная цена – 36,5 тыс. руб. Определите, насколько рентабельна оказалась первая партия моющих установок для завода? О чем говорит показатель рентабельности? Какие меры по повышению рентабельности производства может предпринять завод?					
11	Индивидуальный предприниматель (зарегистрирован в г. Краснодаре), использующий наемный труд (трое наемных работников), оказывает автотранспортные услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом. Количество автотранспортных средств предпринимателя, используемых для перевозки грузов, составляет 3 единицы. Рассчитайте сумму патента за год к уплате в бюджет.					
12	Вы отвечаете за разработку программы диверсификации компании, располагающей важным ноу-хау в сфере закупки и переработке фруктов и выпускающей джемы и консервированные фрукты под известной торговой маркой. Предложите различные варианты диверсификации, оцените их риски и возможности.					
13	Трое друзей решили зарегистрировать организацию. Один из них собирается участвовать в деятельности этой организации, а двое других – не собираются. Предполагаемая сфера деятельности организации связана с высокими затратами ресурсов, поэтому предприниматели заинтересованы в привлечении больших объемов финансовых средств. В случае провала все предприниматели, естественно, не хотели бы потерять все свое имущество. Вопрос. Какую организационно-правовую форму им стоит выбрать? Обоснуйте ответ с опорой на законодательство РФ, регулирующее предпринимательскую деятельность.					
14	Завод производит велосипеды шести моделей. В планах предприятия – освоение нового регионального рынка. Какие две модели можно предложить для реализации на новом рынке, если известны следующие параметры по каждому виду продукции:					
	Виды товара	Отпускная цена товара, руб.	Переменные издержки на единицу товара, руб.	Маржинальная прибыль, тыс. руб.	Объём продаж за отчётный период, тыс. шт.	Суммарная маржинальная прибыль, тыс. руб.
	«Салют»	10 000	1000		90	
	«Пионер»	12 000	1000		85	
	«Звезда»	18 000	1250		50	
	«Вымпел»	17 000	1250		55	
	«Стрела»	8 000	770		102	
	«Ветерок»	4 000	600		60	
15	Определите уровень критического объема продаж в натуральных единицах (Qбезубыт.), если постоянные затраты (FC) составляют 1500 тыс. рублей, цена единицы продукции (P) составляет 25 тыс. рублей, а удельные переменные затраты (AVC) составляют 10 тыс. рублей					
16	Рассчитайте чистую прибыль за год, если компания получила за реализованную продукцию и оказанные услуги 8 250 000 руб., затраты на заработную плату					

	сотрудников составили 3 000 000 руб., а общие затраты на закупку цветов составили 4 300 000 руб. Компания работает на упрощенной системе налогообложения по ставке 15%.																																
17	Коммерческая организация планирует через два года приобрести помещение под офис и склад. Эксперты оценивают будущую стоимость недвижимости в размере 28 млн руб. По банковским депозитным счетам установлены ставки в размере 22% с ежегодным начислением процентов и 20% с ежеквартальным начислением процентов. Определить, какую сумму необходимо поместить на банковский депозитный счет, чтобы через два года получить достаточную сумму для покупки недвижимости.																																
18	Производственная компания снизила цены на пледы с 1000 руб. до 800 руб., объем продаж за месяц при этом вырос в два раза (с 2000 до 4000). Определить эластичность спроса и динамику изменения общего товарооборота компании																																
19	В июне предприятие «Х» изготовило 5000 изделий по цене 1800 руб. за каждое. Общие постоянные расходы предприятия составили 1 200 000 руб. Удельные переменные расходы – 1200 руб./изд. В июле по сравнению с июнем было запланировано увеличение прибыли на 10 %. Каков должен быть дополнительный объем реализованной продукции, чтобы обеспечить достижение запланированного уровня прибыли?																																
20	<p>Посмотрите на финансовые показатели проектов. Готовы ли Вы вложить средства хотя бы в один из них. Аргументируйте свой ответ.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Проект 1</th> <th>Проект 2</th> <th>Проект 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ставка дисконтирования</td> <td>25%</td> <td>18%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Период окупаемости (г.)</td> <td>>3</td> <td>9</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Дисконтированный период окупаемости (г.)</td> <td>>3</td> <td>10</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Чистый Денежный Доход</td> <td>1 200 889 р.</td> <td>180 238 р.</td> <td>340 351 р.</td> </tr> <tr> <td>Индекс прибыльности</td> <td>0,89</td> <td>1,11</td> <td>2,84</td> </tr> <tr> <td>Индекс внутренней рентабельности</td> <td>30%</td> <td>17%</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>Длительность проекта</td> <td>3 года</td> <td>10 лет</td> <td>8 лет</td> </tr> </tbody> </table>		Проект 1	Проект 2	Проект 3	Ставка дисконтирования	25%	18%	0%	Период окупаемости (г.)	>3	9	5	Дисконтированный период окупаемости (г.)	>3	10	6	Чистый Денежный Доход	1 200 889 р.	180 238 р.	340 351 р.	Индекс прибыльности	0,89	1,11	2,84	Индекс внутренней рентабельности	30%	17%	35%	Длительность проекта	3 года	10 лет	8 лет
	Проект 1	Проект 2	Проект 3																														
Ставка дисконтирования	25%	18%	0%																														
Период окупаемости (г.)	>3	9	5																														
Дисконтированный период окупаемости (г.)	>3	10	6																														
Чистый Денежный Доход	1 200 889 р.	180 238 р.	340 351 р.																														
Индекс прибыльности	0,89	1,11	2,84																														
Индекс внутренней рентабельности	30%	17%	35%																														
Длительность проекта	3 года	10 лет	8 лет																														
21	Мебельный магазин реализовал следующие товары: диваны – на сумму 800 000 р.; обеденные столы – на сумму 600 000 р.; детские кровати – на сумму 100 000 р. (все суммы без НДС). Определить сумму НДС, начисленного по указанным операциям.																																
22	Предприятие производит продукцию одного наименования. Рыночная цена на аналогичную продукцию составляет 210 руб. Производственные мощности предприятия ограничены и максимальный выпуск продукции составляет 200 единиц. Переменные расходы на единицу продукции составляют 120 руб. Общая величина постоянных расходов – 25 000 руб. Сможет ли предприятие установить на продукцию конкурентоспособную цену?																																
23	<p>№ 1 Предприниматель выбрал налоговый режим УСН “доходы минус расходы”. За первый год работы его расходы превысили доходы. Как рассчитать налог к уплате?</p> <p>А. Платить налог не нужно, поскольку расходы больше доходов; Б. Платить налог не нужно. Разницу учесть в следующем налоговом периоде; В. Оплатить налог в размере 6% от всех полученных доходов; Г. Оплатить налог в размере 1% от всех полученных доходов</p> <p>№2 Предприниматель незначительно превысил лимит по УСН. Что произойдет?</p> <p>А. Предприниматель должен срочно переходить на ОСНО Б. Предприниматель сохраняет право на УСН, но налог уплачивается по повышенным налоговым ставкам В. Предприниматель сохраняет право на УСН, но платит административный штраф в размере 1% от дохода</p>																																

	Г. Предприниматель теряет право на УСН в следующем налоговом периоде
24	<p>№1 Начинаящий предприниматель выпускает мебель ручной работы и решил зарегистрироваться в качестве самозанятого. Для удобства он решает нанять помощников (сотрудников). Может ли он это сделать в рамках данной формы предпринимательства?</p> <p>А. Да, самозанятый может нанимать помощников, но обязан выплачивать за них страховые взносы и НДФЛ.</p> <p>В. Нет, поскольку найм сотрудников требует регистрации в форме ИП или юр.лица.</p> <p>С. Нет, так как у сотрудников в такой форме занятости не будет идти стаж и пенсионные отчисления.</p> <p>Д. Да, самозанятость как форма регистрации не имеет никаких ограничений</p> <p>№ 2 Предприниматель незначительно превысил лимит по УСН. Что произойдет?</p> <p>А. Предприниматель должен срочно переходить на ОСНО</p> <p>Б. Предприниматель сохраняет право на УСН, но налог уплачивается по повышенным налоговым ставкам</p> <p>В. Предприниматель сохраняет право на УСН, но платит административный штраф в размере 1% от дохода</p> <p>Г. Предприниматель теряет право на УСН в следующем налоговом периоде</p>
25	Руководителю отдела сбыта необходимо выяснить, кто более предпочтителен предприятию – торговый агент или торговый представитель. Для торговых агентов предусмотрен оклад в 14 000 руб. в месяц и 2 % комиссионных; для торгового представителя – гарантийный оклад 6000 руб. и 5 % комиссионных. Они работают в одной географической области, ожидаемый месячный оборот – 320 000 руб.
26	АО «Дельта» приняло решение построить для себя новый склад для хранения готовой продукции. Строительство решили вести самостоятельно, не привлекая подрядчиков. Для этого АО «Дельта» приобрело кирпич, бетон и прочие строительные материалы на 528 тыс. руб. (в том числе НДС — 20%). Заработная плата рабочих, которые строили склад (с учетом страховых взносов), составила 48 тыс. руб. Амортизация на основные средства, используемые в процессе строительства, начислена в размере 23 тыс. руб. Затраты на государственную регистрацию права собственности на построенный склад составили 5,5 тыс. руб. Рассчитайте налог на добавленную стоимость, подлежащий уплате в бюджет
27	<p>Предприятие производит продукцию по цене 2,3 тыс. р., условно-постоянные расходы составляют 630 тыс. р., условно-переменные расходы на единицу продукции равны 1,9 тыс. р. Определите следующее:</p> <p>1) какой объем продукции (QКР) нужно произвести предприятию, чтобы обеспечить безубыточность производства;</p> <p>2) какой объем продукции (QПР) нужно произвести предприятию, чтобы получить прибыль от реализации (ПР) в размере 5 000 р.</p>
28	<p>№1 Два предпринимателя открыли небольшие розничные магазины. Они работают в разных районах Москвы: один в Сокольниках, другой – в Бирюлево Восточном. Оба предпринимателя применяют патентную систему налогообложения. Одинаковую ли стоимость патента они оплатили?</p> <p>А. Нет, поскольку стоимость патента зависит от площади помещения;</p> <p>Б. Нет, поскольку стоимость патента зависит от муниципального образования, где ведется деятельность;</p> <p>В. Да, поскольку стоимость патента на данный вид деятельности не зависит от муниципального образования;</p> <p>Г. Нет, поскольку стоимость патента рассчитывается персонально для каждого предпринимателя.</p> <p>№2 Доход самозанятого превысил 2,4 млн. в год, что ему делать? (возможно несколько вариантов ответа)</p> <p>А. Закрыть бизнес до конца текущего года и вновь зарегистрироваться в качестве самозанятого с началом следующего года;</p> <p>Б. Продолжить сотрудничество с юридическими лицами и ИП в качестве физического</p>

	<p>лица на основании договоров ГПХ;</p> <p>В. Продолжить сотрудничество с юридическими лицами и ИП в качестве самозанятого, но подать декларацию на сумму превышения и заплатить налог 13%;</p> <p>Г. Продолжить работу в качестве самозанятого, но в следующем году лимит 2,4 млн будет автоматически уменьшен на сумму превышения.</p>
29	<p>№1 Какое утверждение относится к франчайзингу:</p> <p>А. аренда прав и технологий;</p> <p>Б. соглашение о передаче прав на использование только товарного знака;</p> <p>В. соглашение о передаче прав на ведение определенного вида деятельности;</p> <p>Г. лизинг прав и технологий.</p> <p>№2 Компания «Праздник» в целях расширения деятельности приняла решение привлечь дополнительные инвестиции. В качестве источников финансирования были выбраны кредитные средства (40% инвестиций со ставкой 20%), выпуск облигаций (30% инвестиций со ставкой 10%), лизинг (30% инвестиций со ставкой 15%). Рассчитайте средневзвешенную цену капитала.</p> <p>А. 15%</p> <p>Б. 15,5%</p> <p>В. 17,7%</p> <p>Г. 20%</p>
30	<p>В торговой организации принято решение о расширении деятельности за счёт использования электронной коммерции. Вы являетесь директором по развитию, Вам поручена реализация данной программы. Какие ресурсы торговой организации подлежат оценке в данном случае? Как может измениться организационная структура торговой организации? Назовите новые конкретные функции, связанные с расширением сферы деятельности торговой организации. Ответы обоснуйте.</p>
31	<p>№1 Может ли применять режим налога на профессиональный доход предприниматель, занимающийся перепродажей обуви?</p> <p>А. нет, поскольку самозанятый не в праве работать в сферах деятельности, связанных с подакцизными или требующих маркировки товарами</p> <p>Б. да, может без ограничений</p> <p>В. да может, но если установит специальное программное обеспечение</p> <p>Г. нет, поскольку данная деятельность требует специальной лицензии</p> <p>№2. Какое обязательное условие должно быть выполнено, чтобы предприниматель мог иметь возможность применять Единый сельскохозяйственный налог?</p> <p>А. численность работников не более 15 человек;</p> <p>Б. доходы от сельскохозяйственной деятельности должны быть более 70%;</p> <p>В. бизнес должен быть зарегистрирован в сельской местности;</p> <p>Г. получить лицензию в местном налоговом органе</p>
32	<p>Фирма запустила в продажу новый продукт. Ежемесячная стоимость привлечения покупателей для этого продукта составляет 3000 руб. Ежегодная прибыль, которую приносит каждый покупатель составляет 80000 руб. Исходя из опыта прошлых лет, руководство компании считает, что коэффициент удержания клиентов составит 86%. Рассчитайте пожизненную ценность клиента.</p>
33	<p>Ради экономии на страховых взносах знакомый предприниматель посоветовал Александру расторгнуть трудовые договоры с частью сотрудников и перезаключить их заново с теми же людьми, но уже как с самозанятыми. Александр решил провести эксперимент и договорился с 5 сотрудниками, что повысит им среднюю месячную зарплату с 40.000 руб. до 45.000 руб., при условии, что они согласятся перейти на режим самозанятых. Будет ли это выгодно для бизнеса Александра?</p>
34	<p>Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?</p>

35	<p>После нескольких лет работы предприниматель, зарегистрировав ООО, создала региональную сеть салонов красоты. Совокупный годовой доход компании приблизился к цифре в 200 млн. Для того, чтобы сохранить применение специального налогового режима, было принято решение перевести финансовый оборот части салонов на ИП, которыми выступили управляющие этими салонами. Можно ли было так поступать?</p> <p>А. Да, это обычная практика в подобной ситуации. Б. Да, поскольку решения теперь принимают новые ИП – руководители образованных предпринимательских структур. В. Нет, поскольку передача полномочий от ООО к ИП запрещена законодательно. Г. Да, поскольку у новых предпринимательских структур сохранился вид деятельности, поставщики и кадровый состав. Д. Можно, но ситуация не изменится, поскольку ООО и салоны, работающие теперь от лица ИП, подают единую налоговую отчетность. Е. Нет, поскольку сохранение вида деятельности и кадрового состава косвенно указывают на дробление бизнеса.</p>
36	<p>№1. В чем отличие субсидии от гранта в рамках государственной поддержки предпринимательской деятельности?</p> <p>А. Субсидия направлена на компенсацию издержек Б. Грант не требует возврата, субсидию нужно будет возместить В. Грант может получить только юридическое лицо Г. Имеют принципиально разное целевое использование</p> <p>№2. В целях привлечения инвестиций для своего бизнеса предприниматель анализировал преимущества лизинга по сравнению с кредитом. Какие из них он мог бы выделить?</p> <p>А. Проценты по договору лизинга ниже, чем по кредитному договору Б. Лизинг предусматривает возможность временной финансовой аренды с последующим возвратом лизингодателю актива, если он больше не нужен В. По договору лизинга не требуется залог в отличие от кредитного договора Г. Благодаря учёту лизинговых платежей у компании увеличивается налогооблагаемая база, и налог на прибыль уплачивается с большей суммы</p>

Типовой перечень вопросов к экзамену

1. Сущность посреднического предпринимательства.
2. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности
3. Бизнес-среда предпринимательской деятельности.
4. Конкурентные стратегии предпринимательской деятельности.
5. Управление рисками в предпринимательстве
6. Классификация предпринимательской деятельности.
7. Законодательство РФ, регулирующее предпринимательскую деятельность.
8. Конкурентоспособность предпринимательских структур
9. Рынок - среда существования предпринимательской деятельности. Элементы и типология рынков
10. Коммерческая информация в предпринимательстве и способы ее защиты
11. Методы маркетинговых исследований рынка и бизнеса.
12. Этапы развития предпринимательства в России.
13. Критерии и показатели эффективности предпринимательского проекта
14. Хозяйственные товарищества.
15. Хозяйственные общества.
16. Анализ хозяйственной деятельности предпринимательской структуры
17. Системы налогообложения предпринимательства в России
18. Субъекты предпринимательской деятельности.
19. Права и обязанности предпринимателей.
20. Объекты предпринимательской деятельности. Виды товаров и их особенности.

21. Основные организационно - правовые формы предпринимательской деятельности.
22. Бизнес-идея и цель создания собственного дела.
23. Цель, задачи бизнес-плана.
24. Методы генерации бизнес-идеи
25. Структура и содержание бизнес-плана.
26. Методика разработки раздела «Организационный план» в бизнес-плане
27. Этапы создания собственного дела.
28. Порядок образования предприятия и выбор его организационно-правовой формы.
29. Функции предпринимательства.
30. Цели, задачи и признаки предпринимательской деятельности.
31. Предпринимательская идея и ее жизненный цикл
32. Содержание консультационного предпринимательства.
33. Некоммерческие объединения - ассоциации, союзы.
34. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды
35. Содержание производственного предпринимательства.
36. Содержание коммерческо-торгового предпринимательства.
37. Содержание финансово-кредитного предпринимательства.
38. Предпринимательский риск: сущность, классификация, меры по снижению
39. Бизнес-модели предпринимательских структур
40. Организация лизинговых операций.
41. Франчайзинговые компании: понятие, виды и особенности ведения бизнеса.
42. Методы оценки предпринимательского риска
43. Порядок ликвидации юридического лица
44. Инновационная деятельность предприятия.
45. Основные формы объединения коммерческих предприятий
46. Инвестиционные проекты в сфере предпринимательства
47. Сущность и классификация инноваций в предпринимательстве
48. Типология организационных структур бизнеса
49. Маржинальный анализ как инструмент управления финансовыми результатами субъекта предпринимательства
50. Методика разработки раздела «Финансовый план» в бизнес-плане
51. Определение стратегии ценообразования в бизнес-плане
52. Маркетинговый раздел бизнес-плана и его содержание
53. Факторинг, его сущность и значение для предпринимателей. Порядок заключения факторингового договора
54. Особенности бизнес-стратегии малых фирм.
55. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
56. Производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.
57. Характеристика акционерных обществ
58. Потребительские кооперативы – субъект предпринимательской деятельности
59. Стратегическое и тактическое планирование бизнеса
60. Основные показатели эффективности бизнес-проекта (чистый приведенный доход, индекс прибыльности, срок окупаемости)
61. Стратегии вертикальной интеграции в бизнесе.
62. Лицензирование отдельных видов деятельности, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями
63. Поглощения и слияния как инструмент развития бизнеса
64. Оценка конкурентоспособности предпринимательских структур
65. Позиционные стратегии участников рынка

66. Процесс управления маркетингом в предпринимательстве
67. Классификация предпринимательских решений
68. Слияние, поглощение, разделение, выделение, преобразование юридического лица
69. Система целей бизнеса. Структуризация дерева целей.
70. Реинжиниринг в различных областях ведения бизнеса
71. Развитие рынка услуг аутсорсинга и аутстаффинга в практике предпринимательства
72. Оценка инвестиционной привлекательности бизнес-проекта

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает верно и в полном объеме: этику делового общения и правила ведения переговоров	Продвинутый
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет верно и в полном объеме: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет верно и в полном объеме: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Умеет верно и в полном объеме: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает с незначительными замечаниями: этику делового общения и правила ведения переговоров	Повышенный
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет с незначительными замечаниями: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет с незначительными замечаниями: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Умеет с незначительными замечаниями: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	

50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает на базовом уровне, с ошибками: этику делового общения и правила ведения переговоров	Базовый
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет на базовом уровне, с ошибками: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
			ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет на базовом уровне, с ошибками: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг		
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Не знает на базовом уровне: этику делового общения и правила ведения переговоров	Компетенции не сформированы
				Не умеет на базовом уровне: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Не умеет на базовом уровне: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	

			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Не умеет на базовом уровне: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
--	--	--	---	--	--