

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Менеджмент предприятий и организаций**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Бизнес-планирование**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель  
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

О.В.  
Колесникова  
(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы  
(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Коробко М.О.
	Идентификатор	R22a1a9d4-KorobkoMO-fab3716e

М.О.  
Коробко  
(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры  
(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

Н.Л. Кетоева  
(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ОПК-5 владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
2. ОПК-6 владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
3. ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Вводное тестирование по дисциплине "Бизнес-планирование" (Тестирование)
2. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)
3. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании (Тестирование)
4. Планирование производства. Организация, управление и кадры (Контрольная работа)
5. Риски в бизнес-планировании (Контрольная работа)
6. Финансовые показатели в бизнес-планировании (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

5 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %						
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	3	5	8	10	12	14
Бизнес-планирование							
Общая концепция бизнес-планирования	+						
Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг							

Определение инновационного проекта		+				
Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг		+				
Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании						
Роль конкуренции в бизнес-планировании			+			
Маркетинговые исследования в бизнес-планировании			+			
Планирование производства. Организация, управление и кадры						
Планирование производства				+		
Организация, управление, кадры в бизнес-планировании				+		
Финансовые показатели и риски в бизнес-планировании						
Финансовые показатели организации в бизнес-планировании					+	
Учёт фактора риска в бизнес-планировании						+
Вес КМ:	10	20	20	20	15	15

§Общая часть/Для промежуточной аттестации§

### **БРС курсовой работы/проекта**

5 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Согласование темы работы и содержания. Оформление введения		+			
Сбор и анализ теоретической информации. Оформление первой главы работы			+		
Сбор информации и проведение расчётов практической части. Оформление второй главы работы и заключения				+	
Оформление курсовой работы. Подготовка презентации к защите					+
Вес КМ:		15	30	30	25

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ОПК-5	ОПК-5(Компетенция)	Знать: методы и способы финансового учета, современные методы обработки деловой информации и корпоративные информационные системы Уметь: составлять финансовую отчетность с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	Вводное тестирование по дисциплине "Бизнес-планирование" (Тестирование) Планирование производства. Организация, управление и кадры (Контрольная работа)
ОПК-6	ОПК-6(Компетенция)	Знать: методы принятия решений	Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)

		<p>в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p> <p>Уметь:</p> <p>применять методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>	<p>Финансовые показатели в бизнес-планировании (Контрольная работа)</p>
ПК-7	ПК-7(Компетенция)	<p>Знать:</p> <p>методику поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов</p> <p>Уметь:</p> <p>координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>	<p>Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании (Тестирование)</p> <p>Риски в бизнес-планировании (Контрольная работа)</p>

## II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

### КМ-1. Вводное тестирование по дисциплине "Бизнес-планирование"

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 10

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 20 минут

#### Краткое содержание задания:

Выполнение теста по разделу 1 "Бизнес-планирование"

#### Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: методы и способы финансового учета, современные методы обработки деловой информации и корпоративные информационные системы</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Товарная политика предприятия включает в себя<ol style="list-style-type: none"><li>а) создание и запуск в производство новых товаров и исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос +</li><li>б) ценовую политику</li><li>в) экономическую политику</li></ol></li><li>2. Ресурсы, полученные и контролируемые субъектом в результате событий прошлых периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в будущем<ol style="list-style-type: none"><li>а) пассивы</li><li>б) активы +</li><li>в) доход</li></ol></li><li>3. Страховой случай наступает после<ol style="list-style-type: none"><li>а) оценки ущерба</li><li>б) страхового возмещения</li><li>в) страховой оценки объекта страхования +</li></ol></li><li>4. Товарное предложение представляет собой<ol style="list-style-type: none"><li>а) сумму денежных средств, которую население может предъявить для покупки товаров и оплаты услуг</li><li>б) вынесенную на рынок платежеспособную потребность населения</li><li>в) продукт, который уже находится на рынке или может быть на него доставлен +</li></ol></li><li>5. Скорость превращения различных ресурсов фирмы в денежную форму, которая оказывает непосредственное влияние на ее ликвидность, платежеспособность и рентабельность<ol style="list-style-type: none"><li>а) оборачиваемость +</li><li>б) оборотность</li><li>в) оборот</li></ol></li><li>6. Нижний предел цены определяется<ol style="list-style-type: none"><li>а) как сумма себестоимости и затрат на оплату труда</li><li>б) на уровне себестоимости</li><li>в) как сумма издержек и минимальной прибыли +</li></ol></li></ol>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>7. Вид маркетинга, направленный на снижение чрезмерного спроса на товар или услугу</p> <p>а) премаркетинг б) демаркетинг + в) послемаркетинг</p> <p>8. Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке</p> <p>а) реклама + б) маркетинг в) представление</p> <p>9. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как</p> <p>а) потребительский потенциал + б) соотношение спроса и предложения в) товарная структура товарооборота</p> <p>10. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является</p> <p>а) обеспечение качества самого товара б) создание возможности обзора содержащегося в упаковке товара + в) обеспечение качества эксплуатации товара</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 85*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 55*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-2. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 20 минут

**Краткое содержание задания:**

Выполнение теста по разделу “Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг”

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Знать: методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>	<p>1. Бизнес-план имеет следующие два направления <b>внутреннее и внешнее</b> долгосрочное и краткосрочное стратегическое и тактическое техническое и экономическое</p> <p>2. В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия <b>обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности</b> получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности проведение финансового оздоровления</p> <p>3. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на <b>избирательный (специфический) спрос</b> общие потребности (общий спрос) первичный спрос потенциальный спрос</p> <p>4. Изъятие существующих продуктов из производственной программы предприятия; прекращение производства товара; вывод товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность на рынке и спрос – это вариация имиджа товара вариация товара конкурентоспособность товара <b>элиминация</b></p> <p>5. Инвестиции могут осуществляться в форме (укажите не менее 2-х вариантов ответов) <b>денежных средств</b> <b>зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества</b> информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом</p> <p>6. Инвестиционный проект <b>может разрабатываться на базе бизнес-плана предприятия и рассматриваться как его составная часть</b> <b>это самостоятельный документ</b></p> <p>7. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом нет верного варианта социальные, организационные, коммерческие</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>технические, коммерческие, социальные  <b>экономические, социальные, организационные</b>        8.Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами  <b>дифференцированного</b>        концентрированного        недифференцированного        поддерживающего        9.Назначение бизнес-плана состоит в следующем  <b>верны все варианты</b>        изучить перспективы развития будущего рынка сбыта        обнаружить возможные опасности        определить критерии и показатели оценки бизнеса        оценить затраты для изготовления и сбыта продукции        10.Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта  <b>восприятие продуктов потребителями</b>        намерение потребителей совершить покупку        поведение покупателей после покупки        поведение покупателей при покупке</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 85*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 55*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-3. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 20 минут

**Краткое содержание задания:**

Выполнение теста по разделу “Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании”

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: методику поэтапного	1.Какая стратегия маркетинга требует от фирмы
----------------------------	-----------------------------------------------

<p>контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов</p>	<p>организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами</p> <p><b>дифференцированного</b>  концентрированного  недифференцированного  поддерживающего</p> <p>2.Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта</p> <p><b>восприятие продуктов потребителями</b>  намерение потребителей совершить покупку  поведение покупателей после покупки  поведение покупателей при покупке</p> <p>3.Важнейшими показателями конкурентоспособности продукции являются</p> <p>проникновение на рынок  профессионализм персонала и социальная ответственность  технический уровень и качество</p> <p><b>экономическая эффективность продукции</b>  разработка товаров и изменение цен</p> <p>4.Товары повседневного спроса характеризуются</p> <p><b>отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов</b>  распространением через посредников  приобретением на большую сумму денег  распространением через сеть специальных магазинов</p> <p>5.Производственная программа предприятия должна соответствовать</p> <p>норме амортизационных отчислений  <b>его производственной мощности</b>  спросу потребителей  рыночным условиям</p> <p>6.Что из перечисленного ниже не должно содержаться в разделе «Маркетинг» бизнес-плана</p> <p>описание целевого рынка потребителей  ценовая политика</p> <p><b>кадровый состав предприятия или фирмы</b>  описание конкурентов</p> <p>7.Товарная марка предназначена для того, чтобы</p> <p><b>дифференцировать товар на рынке среди себе подобных</b>  определить емкость рынка  обосновать перед потребителем более высокую цену на товар  компенсировать недостающее товару качество</p> <p>8.При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу</p> <p>при снижающемся спросе  <b>при чрезмерном спросе</b>  при отрицательном спросе  при негативном спросе</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>9. В маркетинге товар понимается как продукт, произведенный для обмена <b>набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя</b> физический объект</p> <p>10. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по типам рынков группам товаров географическим регионам <b>функциям</b></p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 85*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 55*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-4. Планирование производства. Организация, управление и кадры**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 40 минут

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по разделу “Планирование производства. Организация, управление и кадры”. Дать развернутый ответ на вопросы в письменном виде

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: составлять финансовую отчетность с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Местонахождение организации</li> <li>2. Объем выпуска продукции</li> <li>3. Производственные мощности</li> <li>4. Организационная структура</li> <li>5. Требования к руководящему составу</li> <li>6. Управление и реализация проекта</li> <li>7. Определение численности и отбора кадров</li> <li>8. Мотивация трудовой деятельности и социальная инфраструктура</li> <li>9. Система повышения квалификации сотрудников организации</li> <li>10. Правовые аспекты осуществления проекта</li> </ol>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-5. Финансовые показатели в бизнес-планировании**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 40 минут

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по разделу “Финансовые показатели и риски в бизнес-планировании”. Дать развернутый ответ на вопросы в письменном виде

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: применять методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	1. Анализ основных показателей финансового положения 2. Планирование основных финансовых показателей 3. Определение точки безубыточности 4. План управления инвестициями 5. Финансовый план в бизнес-плане 6. Экономическая эффективность бизнес-плана
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

## КМ-6. Риски в бизнес-планировании

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 40 минут

### Краткое содержание задания:

Контрольная работа по разделу “Финансовые показатели и риски в бизнес-планировании”. Дать развернутый ответ на вопросы в письменном виде

### Контрольные вопросы/задания:

Уметь: координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Виды потерь и риска</li><li>2. Классификация рисков</li><li>3. Показатели риска</li><li>4. Методы оценки рисков</li><li>5. Анализ и планирование риска</li><li>6. Бизнес-планирование в антикризисном управлении</li></ol>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Описание шкалы оценивания:

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

МЭИ	ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	Утверждаю Зав. кафедрой
		« » 201 г.
		Дисциплина « <b>Бизнес-планирование</b> » Инженерно - экономический институт
1. Особенности планирования в условиях рыночных отношений 2. Стратегия маркетинга 3. Практическое задание		

## Процедура проведения

Экзамен проводится по билетам в устной форме. Время на подготовку к ответу - 45 минут

### *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

#### **1. Компетенция/Индикатор: ОПК-5(Компетенция)**

#### **Вопросы, задания**

1. Цель и задачи бизнес-плана
2. Классификация инноваций
3. Новые виды продукции и услуг в результате реализации проекта

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Группа товаров, тесно связанных между собой в силу схожести их функционирования, называется

Ответы:

- a) товарным ассортиментом
- b) сегментом рынка
- c) маркировкой
- d) штриховым кодированием

Верный ответ: a) товарным ассортиментом

2. Концепция, которая описывает сбыт товара с момента поступления его на рынок и до момента снятия с продаж, определяет

Ответы:

- a) коммуникацию продукта
- b) стимулирование сбыта
- c) жизненный цикл товара
- d) позиционирование товара

Верный ответ: c) жизненный цикл товара

### 3.Маркетинг начинается

Ответы:

- a) с разработки и производства товара
- b) с изучения рынка и запросов потребителей
- c) с информационной рекламной кампании

Верный ответ: b) с изучения рынка и запросов потребителей

4.На какие рынки предпочтительнее выходить фирмам, продукция которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени наукоемкости, условиям обслуживания

Ответы:

- a) на рынки с высокой эластичностью спроса
- b) на рынки с низкой эластичностью спроса

Верный ответ: b) на рынки с низкой эластичностью спроса

## 2. Компетенция/Индикатор: ОПК-6(Компетенция)

### Вопросы, задания

- 1.Конкуренция и её виды
- 2.Товарная и ассортиментная политика
- 3.Производственные мощности
- 4.Организационная структура

### Материалы для проверки остаточных знаний

1.Период медленного роста сбыта, по мере выхода товара на рынок – это этап

Ответы:

- a) зрелости
- b) выведения на рынок
- c) упадка

Верный ответ: b) выведения на рынок

2.Совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров и услуг называется рынком

Ответы:

- a) производителей
- b) производительных услуг
- c) потребителей
- d) товаров промышленного назначения

Верный ответ: d) товаров промышленного назначения

3.При характеристике покупателя к факторам социального порядка относятся

Ответы:

- a) тип личности
- b) статус
- c) этап жизненного цикла семьи
- d) усвоение

Верный ответ: b) статус

4.Потребность, подкрепленная покупательской способностью – это

Ответы:

- a) товар
- b) нужда
- c) запрос
- d) услуга

Верный ответ: c) запрос

### 3. Компетенция/Индикатор: ПК-7(Компетенция)

#### Вопросы, задания

- 1.Понятие, сущность, структура, назначение и формирование бизнес-плана
- 2.Анализ основных показателей финансового положения
- 3.Классификация рисков

#### Материалы для проверки остаточных знаний

1.Все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается на рынке для обмена называется

Ответы:

- a) товаром
- b) запросом
- c) обменом
- d) сделкой

Верный ответ: a) товаром

2.Акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен называется

Ответы:

- a) сделкой
- b) рынком
- c) обменом
- d) потребностью

Верный ответ: c) обменом

3.Как определить емкость рынка

Ответы:

- a) объем национального производства  $v$  + экспорт  $э$  + импорт  $и$
- b)  $v+э - u$  — разница объема запасов (запасы возросли)
- c)  $v+э - u$  — разница объема запасов (запасы возросли)
- d)  $v - э + u$  — разница объема запасов (запасы возросли)
- e)  $v - э + u$

Верный ответ: d)  $v - э + u$  — разница объема запасов (запасы возросли)

4.Какую систему представляет из себя маркетинг

Ответы:

- a) производственную
- b) сбытовую
- c) производственно-сбытовую

Верный ответ: c) производственно-сбытовую

## II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

### ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих

**Для курсового проекта/работы:**

**5 семестр**

**Форма проведения: Защита КП/КР**

### ***I. Процедура защиты КП/КР***

Курсовая работа должна быть сдана на проверку не позже чем за три дня до предполагаемой защиты. К отчету должен быть приложен PDF-файл с полным текстом КР, а также презентация проекта в формате Power Point. Преподаватель оценивает отчет и презентацию в целом, выставляет балл и сообщает эту оценку обучающемуся. Защита проводится с презентацией не более 5 минут

### ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания:* Во введении указаны актуальность, цель и задачи, предмет и объект, новизна и значимость, методологическая база Тема проекта раскрыта полностью: рассмотрены основные тезисы и определения, методики и правила, теории, в практическом разделе присутствуют выводы и аргументация позиции автора; Оформление соответствует установленным в ВУЗе требованиям Работа прошла проверку на плагиат В заключении подтверждается актуальность и значимость исследования, делаются основные выводы о проделанной работе, сопоставляется изначально поставленная цель и полученные результаты, присутствуют обоснованные умозаключения автора Допускаются незначительные ошибки, которые не отражаются на качестве и результатах исследования

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 75*

*Описание характеристики выполнения знания:* Студент максимально учел требования ГОСТ, но при этом в работе присутствуют мелкие погрешности в оформительной части Тема раскрыта полностью, материал изложен в научном стиле Не исключены небольшие неточности в формулировках предложений Выводы автора аргументированы, но слишком сжаты Введение и заключение не противоречат друг другу, но имеются некоторые недостатки: слабо подтверждается актуальность, проблема поставлена слишком размыто и пр. Работа прошла проверку на плагиат

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 65*

*Описание характеристики выполнения знания:* Во введении отсутствует один или несколько обязательных элементов (актуальность, значимость, новизна, методология и пр.) В основной части наблюдается несвязность текста, неаргументированные выводы, по большей части пересказ чужих идей без их конкретного анализа, нарушения стиль изложения текста и пр В оформлении работы присутствуют грубые ошибки Требования к плагиату соблюдены

### ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Оценка за курсовую работу определяется как оценка на защите