

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Название дисциплины «Организация предпринимательской деятельности»

Код, направление подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Направленность (профиль)	Экономика предприятий и управление бизнес-процессами
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Типовые задания для контрольной работы, 7 сем.

Контрольная работа включает 2 задания.

Задание 1.

Составление перечня нормативных документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность в Российской Федерации

Необходимо заполнить таблицу с актуальными нормативно-правовыми документами, регламентирующими или поддерживающими предпринимательскую деятельность в Российской Федерации.

Таблица 1 – Обзор нормативно-правовых актов, регламентирующих инновационную деятельность в Российской Федерации

№	Вид нормативного акта	Наименование нормативного акта	Актуальная редакция	Комментарий
1	Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ	О науке и государственной научно-технической политике		
2	Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. Ха 284-ФЗ	О передаче прав на единые технологии		
3	Федеральный закон от 7 апреля 1999 г. № 70-ФЗ	О статусе наукограда Российской Федерации		
4	Федеральный закон от 29 июля 2004 г. Ха 98-ФЗ	О коммерческой тайне		
5	Федеральный закон 19 июля 2007 г. № 139-ФЗ	О Российской корпорации нанотехнологий		
6	Федеральный закон 30 декабря 2008 г. № 316-ФЗ	О патентных поверенных		
7	Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ	Об образовании в Российской Федерации		

Задание 2.

Необходимо решить 2 задачи из следующих типовых:

Задача №1

В связи с ликвидацией предприятия при разделе его имущества 680 тыс. у. е. между тремя компаньонами было решено долю каждого определить пропорционально сроку его вступления во владение предприятием, которое было основано одним из компаньонов шесть лет тому назад. При этом оказалось, что на каждые три доли, причитающиеся компаньону «А» компаньону «Б» причитается 2 доли, а на каждые 5 долей, причитающиеся компаньону «А», компаньону «В» причитается 6 долей.

- а) Какую сумму получил каждый компаньон?
- б) Сколько лет каждый компаньон владел предприятием?

Задача №2

Используя аналитический и графический методы расчета безубыточности производства, определить безубыточную программу выпуска продукции, минимальный (безубыточный) объем продаж (точку безубыточности) и прибыль от реализации продукции по следующим данным:

Показатели	Единица измерения	Значения
Объем производства V	тыс. шт.	35
Постоянные затраты, Спост	тыс. ден. ед.	80
Переменные затраты, Спер	тыс. ден. ед.	2
Цена, P	тыс. ден. ед.	5

Задача №3

Предприниматель собирается создать малое предприятие по изготовлению оконных рам, которые он планирует продавать по 5\$ за штуку. Предприниматель предполагает в первый год продать 16000 рам. Для простоты расчета будем считать, что у предприятия следующие статьи расходов:

Прямые расходы:

1. материалы для рам (2,5 \$ за штуку)
2. арендная плата – 20000 \$ в год

Определить предел безубыточности предприятия (точку с нулевой прибылью) двумя способами: графическим и арифметическим.

Задача №4

Предприятие по производству нового сыра решило установить цену на свою продукцию методом «средние издержки + прибыль».

Финансовый анализ показал, что:

Переменные затраты – 250 руб. на 1 упаковку.

Постоянные – 15 500 руб.

Ожидаемый объем реализации – 3 000 упаковок.

Планируемая прибыль – 25%

1. Рассчитайте цену одной упаковки сыра методом «средние издержки + прибыль» (округлите до сотых долей).

2. Определите точку безубыточности для этого предприятия (округлите до целых чисел).

Задача №5

В результате анализа деятельности предприятия по производству безалкогольных напитков была выявлена тенденция к спаду по реализации продукции последних 5 месяцев текущего года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Для изменения ситуации предложен ряд мероприятий по стимулированию сбыта:

- собравшие 2 этикетки напитка «Вишневый сад» получают календарь- плакат с изображением эстрадных звезд;

- собравшим 5 любых этикеток напитков «Тропиканка», «Гавайи» и «Вишневый сад» вручается приз – лазерный диск с записью известной шоу-группы.

Кампания сопровождается радиорекламой студии, рейтинг популярности которой среди молодежи достаточно высок.

Определить расходы на кампанию по стимулированию сбыта, исходя из следующих данных:

Данные о продажах за последние 5 месяцев:

"Тропиканка" 6765 ящ.

"Гавайи" 6035 ящ.

«Вишневый сад» 4000 ящ.

Всего 16800 ящ.

Количество бутылок в ящике – 24 шт.

Доля потенциальных потребителей, собирающих этикетки - 55%;

Стоимость одного диска с учетом скидок за объем = 120 руб.

Стоимость одного плаката - 200 рублей при тираже в 1000 экземпляров.

Продолжительность рекламного ролика: 40 с.

Количество выходов в эфир в течение дня - 4.

Продолжительность 4 недели.

Стоимость 1 минуты - 2700 руб.

Расчет идет из условия: 1 потребитель - 1 покупка.

Задача №6

Известна следующая информация о фирме:

Инвестированный капитал – 4680000 тыс. ден. ед.;

Ожидаемая рентабельность инвестированного капитала -5%;

переменные издержки на 1 шт. – 978 ден. ед.;

Постоянные издержки – 1560 тыс. ден. ед.

Прогнозы продаж: пессимистический –78 тыс. шт.; оптимистический –156 тыс. шт.

На основе представленных исходных данных рассчитать цены: предельную, безубыточности, целевую.

Дополнительная информация:

Цена предельная – цена, покрывающая только издержки на производство продукции.

Цена целевая – цена, покрывающая как издержки на производство единицы продукции (сумму условно-постоянных и переменных издержек), так и содержащая в своем составе запланированную прибыль

Задача №7

Складочный капитал простого товарищества составляет 200 тыс. руб., причем доля каждого была таковой:

Тарасов В.А. имеет 70 тыс. руб. обыкновенного денежного вклада,
Ляшенко П.А. внес 80 тыс. руб.,
Букашин Д.А. участвует в товариществе с паем 50 тыс. руб., в том числе «ноу-хау»
- 20 тыс. руб.

Дружную работу коллектива нарушило неприятное известие о том, что заключенная сделка с согласия своих товарищей Букашиным Д.А. с фирмой «Марс» принесла убыток 110 тыс. руб.

Вопрос: Поскольку простые товарищи несут риск убытков всем своим имуществом, что лучше продать Букашину Д.А. для выплаты долга – свой автомобиль за 150 тыс. руб. или дачный участок за 500 тыс. руб.?

Задача №8

Уставом производственного кооператива предусмотрено, что прибыль от хозяйственной деятельности кооператива должна распределяться между кооператорами не только с учетом паевого вноса, но и по результатам труда.

Паевые взносы всех пятерых кооперативов были в денежной форме, причем Иванов и Петров внесли по 15 тыс. руб.; Сидоров и Гришин имеют пай в размере по 10,0 тыс. руб. каждый, а кооператор Розенберг имеет пай в размере 20,0 тыс. руб.

Все кооператоры работают и выполняют установленные задания с перевыполнением, т.е. Иванов на 105%, Петров и Гришин на 110 %, Сидоров выполняет в среднем по результатам года работу на 115 %, а кооператор Розенберга 120%.

Балансовая прибыль за вычетом всех платежей составляет 600 тыс. руб.

Вопрос:

Сколько прибыли причитается каждому кооператору?

Задача №9

Коммандитное товарищество начало свою деятельность с 01.01 прошлого года. Складочный капитал товарищества был образован из взносов его учредителей, а именно:

пай учредителя «А» составил 40,0 тыс. руб.,

пай учредителя «Б» - 50,0 тыс. руб.,

пай учредителя «В» - 70,0 тыс. руб.

Как и ожидалось, спустя 7 месяцев к товариществу присоединился в качестве командиста гражданин «Г» с капиталом 80,0 тыс. руб.

В конце года после всех вычетов, на дивиденды товарищество выделило 250,0 тыс. руб.

Вопрос:

Сколько прибыли причитается каждому?

Задача №10

На основе представленных данных рассчитать цены:

1). Предельную;

2). Безубыточности;

3). Целевую.

4). Определить результаты деятельности предприятия при каждом варианте цены.

Исходные данные:

Инвестированный капитал: 240000 у.е.

Ожидаемая рентабельность: 10 %

Переменные издержки на 1 шт.: 1050 у.е.

Постоянные издержки: 90 тыс. у.е.

Прогнозы продаж:

- а) пессимистический – 90 тыс.шт.
- б) оптимистический – 150 тыс.шт.

Задача №11

Предприниматель решил открыть специализированный магазин по продаже холодильников. Ему требуется определить примерный потенциал внутреннего рынка бытовых холодильников. Структура потенциала внутреннего рынка:

- 1) люди, совершающие первую покупку, к ним относятся «новые молодые семьи» и «одинокие молодые люди, начинающие самостоятельную жизнь»;
- 2) люди, осуществляющие замену холодильника.

При расчете потенциала рынка, он исходил из следующих условий:

- все население региона 120 000 000 чел.
- средняя продолжительность жизни – 70 лет;
- доля вступающих в брак – 0,8
- доля начинающих самостоятельную жизнь – 0,5
- количество семей в стране – 40 000 000 семей.
- частота замены холодильника – 1 раз в 10 лет.

Задача №11

АО «Цветы» - преуспевающее предприятие, получающее ежемесячно на каждый рубль, находящийся в обороте, не менее 20 % прибыли, решило приобрести помещение под торговый зал. Из большого количества предложений были выбраны следующие:

Местонахождение (в порядке предпочтения)	Общая Площадь, кв. м	Цена, руб. (в месяц) за 1 кв. м	Примечание	Рентабельность с оборота при использовании помещений
Ул. Полянка	140	2000	Продажа	25%
Ул. Солянка	120	1400	Аренда с предоплатой на полгода вперед	22%
Ул. Якиманка	110	260	Аренда с ежемесячной оплатой	20%

Вопрос:

Какой вариант был выбран и почему?

Типовые задания для контрольной работы, 8 сем.

В качестве контрольной работы студенты должны подготовить отчетные материалы (проект бизнес-плана) по своему участию в деловой игре «Конкурс бизнес-проектов».

Методические указания к деловой игре «Конкурс бизнес-проектов»

1 Этап. Конкурс концепций проектов

Каждый студент группы, на основе мониторинга сети Интернет, или своего личного опыта, подбирает интересную для него бизнес-идею. За установленный для этого этапа период времени (1-2 недели) необходимо подготовить общую концепцию проекта в рамках выбранной идеи.

В отчете по концепции необходимо дать четкое определение и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Основной акцент необходимо сделать на привлекательности продукции для покупателей и о потенциальных преимуществах фирмы и ее продукции по отношению к конкурентам, обозначить основные причины успешной реализации предлагаемого бизнеса, определить его краткосрочные и долгосрочные перспективы. Для этого необходимо представить общее видение по следующим аспектам создаваемого бизнеса.

1. Место размещения создаваемого предприятия – преимущества и недостатки.
2. Обоснование предполагаемой организационно-правовой формы.
3. Общие характеристики потенциальных покупателей, их запросы и потребности.
4. Рынки и рыночные сегменты, на которых будет осуществляться продажа производимых товаров или услуг.
5. Общее количество потенциальных покупателей. Размеры средних норм потребления товара или услуги на 1-го покупателя.
6. Общий совокупный размер спроса на продукцию и услуги.
7. Основные факторы, влияющие на спрос на производимые товары или услуги.
8. Каково общее число фирм, предлагающих сходные товары и услуги на целевом рынке. Каковы сильные и слабые стороны этих фирм.
9. Какая часть рынка приходится на каждую конкурирующую фирму.
10. Что является предметом наиболее жесткой конкуренции в данной сфере деятельности (цена, качество, послепродажное обслуживание и др.).
11. Потенциальный уровень конкурентоспособности продукции анализируемого предприятия в сравнении с продукцией конкурентов.
12. Краткое описание технологического процесса производства.
13. Перечень ключевых рабочих мест, специализация и квалификация, задействованного при этом персонала.
14. Организационная структура предприятия. Перечень ключевых руководящих должностей.
15. Предполагаемый размер фонда заработной платы.
16. Перечень необходимого оборудования, инструментов и приспособлений, зданий и сооружений.
17. Оценка предполагаемых капитальных затрат.
18. Оценка затрат на закупку необходимых сырья и материалов, необходимых для производства 1-й единицы продукции.
19. Предполагаемые объемы производства и продаж в натуральном выражении.
20. Общая величина затрат на производство и реализацию продукции.
21. Источники финансирования капитальных вложений.
22. Предварительный план финансовых результатов проекта.
23. Прочие аспекты проекта на усмотрение студента.

По итогам проделанной работы, на основании ответов на перечисленные вопросы формируется предварительное ТЭО проекта (на 10-15 стр.) и демонстрационная презентация. На семинарском занятии происходит защита концепций проекта и определение победителей.

Места устанавливает преподаватель на основании оценки полноты и обоснованности ответов на поставленные вопросы с учетом мнения членов жюри, сформированного из студентов группы.

По итогам 1-го этапа определяется 3-4 лучших проекта, по которым осуществляется дальнейшая проработка в рамках следующих этапов деловой игры. Авторы выбранных проектов становятся капитанами команд проектов.

2 Этап. Формирование проектных команд

Из проектов, отобранных на первом этапе, каждый из студентов группы (за исключением капитанов команд) выбирает заинтересовавший его проект и готовит по данному проекту свой вариант концепции этого проекта, или предварительный вариант раздела, посвященного рынку сбыта, маркетингу, производственному или организационному плану. Концепции проектов готовятся на основе ответов на вопросы 1-го этапа деловой игры, предварительные варианты разделов на основе вопросов 3, 4 и 5-го этапов. Основной акцент в отчете и в презентации по проделанной работе, необходимо сделать на тех вопросах, которые для каждого конкретного студента являются наиболее интересными, по которым он, по его мнению, мог бы быть наиболее полезен будущей команде проекта и с которыми он хотел бы работать в рамках дальнейшего хода деловой игры.

Длительность этапа – 1-2 недели.

Подготовленные по итогам работы презентации (3-5 минут) представляются и обсуждаются на семинарском занятии. На основе отбора лучших работ, капитаны команд выбирают студентов, которые, по их мнению, будут наиболее полезными для их проектов. По завершении этапа должны быть сформированы проектные команды.

3 Этап. Проведение рыночных исследований и разработка маркетинговых планов

В рамках данного этапа деловой игры (2-3 недели) каждая команда должна провести рыночное исследование и проработать планы маркетинга по своим проектам. Необходимо рассмотреть следующие аспекты:

Оценка общей емкости рынка сбыта:

1. На каких рынках и рыночных сегментах будет осуществляться продажа товаров или услуг, предусмотренных в представленных на 1-м этапе концепциях.
2. Каково общее количество потенциальных покупателей на этих рынках. Размеры средних норм потребления товара или услуги на 1-го покупателя.
3. Общий совокупный размер спроса в натуральном и денежном выражении.
4. Основные факторы, влияющие на спрос на производимые товары или услуги.
5. Каковы перспективы изменения потребностей покупателей в каждом из рыночных сегментов. Как предполагается реагировать на эти изменения.
6. Прогноз динамики изменения потенциального спроса по периодам реализации анализируемого проекта.

Анализ конкурентоспособности товаров и услуг проекта. Определение потенциальной доли рынка анализируемого предприятия:

7. Насколько область деятельности фирмы может быть подвержена изменениям.
8. Каково общее число фирм, предлагающих сходные товары и услуги. Каковы сильные и слабые стороны этих фирм.
9. Какая часть рынка приходится на каждую фирму.
10. Что является предметом наиболее жесткой конкуренции в данной сфере деятельности (цена, качество, послепродажное обслуживание и др.).
11. Потенциальный уровень конкурентоспособности продукции анализируемого предприятия в сравнении с продукцией конкурентов.
12. Прогноз доли рынка анализируемого предприятия по периодам реализации проекта при основных параметрах, озвученных руководителями проекта на 1-м этапе.
13. Предварительный прогноз объемов продаж продукции или услуг проектируемого предприятия (в натуральном выражении) по периодам реализации проекта (в первый год разбивка должна быть ежемесячной, во второй – поквартальной, в последующих – в целом за год).

Предложения относительно плана маркетинга анализируемого проекта:

14. Предложения относительно формирования рекламной компании.
15. Предложения относительно политики стимулирования сбыта.
16. Предложения по мерам конкурентной борьбы.
17. Предложения относительно ценовой политики. Определение предполагаемого уровня цен на продукцию и прогноз их динамики по периодам реализации проекта.

По итогам проделанной работы и на основании ответов на перечисленные вопросы формируется предварительный План маркетинга проекта (на 10-15 стр.) и демонстрационная презентация.

На семинарском занятии происходит защита представленных Планов маркетинга и определение победителей. Места устанавливает преподаватель на основании оценки полноты и обоснованности ответов на поставленные вопросы, с учетом мнения членов жюри, сформированного из студентов группы.

4 Этап. Конкурс Организационных планов

В рамках данного этапа деловой игры прорабатываются основные бизнес-процессы проекта, обосновывается организационно-правовая форма, выявляются ключевые рабочие места и должности руководящего персонала.

Таким образом, на данном этапе работы необходимо проработать следующие аспекты анализируемого проекта:

1. Обосновать выбор организационно-правовой формы создаваемого предприятия.
2. Разработать план реализации проекта (сетевой или календарный) с оценкой стоимости каждого этапа и определением необходимых исполнителей.
3. Формирование перечня потенциальных партнеров, контрагентов и стейкхолдеров. Определение сферы интересов каждого из них в рамках проекта и пользы, которую может получить проект от каждого участника.
4. Обосновать оптимальность места размещения будущего предприятия.
5. Сформировать предложения относительно организационной структуры создаваемого предприятия, привести перечень штатных должностей с определением функций и зоны ответственности каждого менеджера, специалиста и рабочего.

По итогам проделанной работы и на основании ответов на перечисленные вопросы формируется предварительный Организационный план проекта (на 7-8 стр.) и демонстрационная презентация.

На семинарском занятии происходит защита представленных материалов и определение победителей. Места устанавливает преподаватель на основании оценки полноты и обоснованности ответов на поставленные вопросы, с учетом мнения членов жюри, сформированного из студентов группы.

5 Этап. Конкурс Производственных планов

В рамках данного этапа деловой игры прорабатываются основные параметры технологического процесса производства, обосновывается выбор используемых зданий, сооружений и оборудования, рассчитывается предполагаемая величина капитальных вложений, формируются предположения относительно плана производства продукции в натуральном выражении, проводится расчет себестоимости производимой продукции.

Таким образом, на данном этапе работы необходимо проработать следующие аспекты анализируемого проекта:

1. Обосновать необходимость строительства или выявить возможность и целесообразность аренды существующих помещений.
2. Составить перечень требуемых основных средств, рассчитать количество оборудования каждого вида и общую стоимость его приобретения. На этой основе сделать расчет величины капитальных вложений. На основе всей полученной информации необходимо рассчитать общую величину требуемых инвестиционных ресурсов и распределить ее по периодам реализации проекта. Также необходимо рассчитать первоначальную и остаточную стоимость основных фондов, амортизацию и налог на имущество.
3. На основе информации полученной в ходе разработки предыдущих разделов необходимо осуществить прогноз объемов продаж продукции или услуг проектируемого

предприятия с учетом потенциального рыночного спроса и проектируемых производственных возможностей (производственных мощностей) составить производственную программу по периодам реализации проекта.

4. Определить потребность в необходимых сырье и материалах. Сделать прогноз изменения цен на эти сырье и материалы по периодам реализации проекта.

5. Провести расчет затрат на сырье и материалы по периодам реализации проекта.

6. На основе информации о прогнозируемых текущих затратах по создаваемому предприятию и нормах запасов каждого вида сырья и материалов определяется потребность в оборотных средствах.

7. С учетом планируемых объемов производства и реальной дневной или месячной выработки одного работающего должен быть произведен обоснованный расчет потребного количества персонала по каждой штатной единице.

8. Определить динамику возможного изменения численности персонала по периодам реализации проекта в связи с постепенным увеличением масштабов производства.

9. Рассчитать общий размер фонда заработной платы по предприятию и штатное расписание предприятия.

10. На основе данных о производственных процессах, об используемых сырье и материалах, о применяемом оборудовании, и пр. необходимо представить обоснованные расчеты прогнозируемых величин затрат по элементам и статьям калькуляции, рассчитать себестоимость 1-й единицы продукции, определить минимальный уровень цены. По итогам работы необходимо составить таблицы «Смета расходов на производство и реализацию товаров и услуг» и «Калькуляция себестоимости одной единицы продукции или услуг».

По всем расчетам в первый год разбивка должна быть помесечной, во второй – поквартальной, в последующих – в целом за год.

По итогам проделанной работы и на основании ответов на перечисленные вопросы формируется предварительный План производства проекта (на 10-20 стр.) и демонстрационная презентация.

На семинарском занятии происходит защита представленных материалов и определение победителей. Места устанавливает преподаватель на основании оценки полноты и обоснованности ответов на поставленные вопросы, с учетом мнения членов жюри, сформированного из студентов группы.

6 Этап. Конкурс проектов

На данном этапе производится уточнение и объединение информации, полученной из отчетов по предыдущим этапам деловой игры, осуществляется уточнение общей концепции проекта, окончательное формирование ассортимента товаров и услуг, выбор места расположения предприятия, уточнение рынков сбыта и технологии производственных и бизнес-процессов, создаваемого предприятия. На этой основе формируется окончательная редакция организационных, маркетинговых и производственных аспектов рассматриваемого инвестиционного проекта, разрабатывается финансовый план его реализации.

Алгоритм составления финансового раздела включает следующие этапы:

1. Формирование стратегии финансирования.
2. Формирование плана финансовых результатов проекта (отчета о прибылях и убытках).
3. Анализ уровня безубыточности создаваемого предприятия – путем определения безубыточного объема производства и построения соответствующего графика.
4. Формирование Плана денежных поступлений и выплат – обоснование достаточности всех источников финансирования.
5. Расчет основных показателей экономической эффективности инвестиций (ЧДД, ВНД, ДСО, ИД).
6. Оценка рисков реализации проекта.
7. Общее заключение о степени привлекательности рассматриваемого проекта для потенциальных инвесторов.

Все расчеты должны быть сделаны за первый год с разбивкой за каждый месяц, во второй – за каждый квартал, в последующем – в целом за год.

Таким образом, окончательный вариант технико-экономического обоснования бизнес-проекта должен состоять из следующих разделов.

1. *Основная суть проекта.*

2. *План маркетинга* (оценка общей емкости рынка сбыта, анализ конкурентоспособности товаров и услуг проекта, определение потенциальной доли рынка анализируемого предприятия, стратегия маркетинга).

3. *Организационный план* (организационно-правовая форма, персонал и управление создаваемого предприятия, организационная структура).

4. *План производства* (планирование объемов производства и продаж продукции, определение потребности в основных и оборотных средствах, затрат на их приобретение, формирование сметы расходов и калькуляция себестоимости единицы продукции,).

5. *Финансовый план* (определение финансовых результатов и оценка показателей эффективности инвестиций).

6. *Оценка рисков реализации проекта.*

Окончательный вариант проекта представляется на одном из последних семинарских занятий. На этом занятии происходит защита представленных материалов и определение победителей. Места устанавливает преподаватель на основании оценки полноты и обоснованности раскрытия материала, верности выбранных методик определения показателей, правильности произведенных расчетов. Также учитывается мнение членов жюри.

Наработанный в ходе деловой игры материал рекомендуется использовать в качестве практической базы для написания 2-й главы курсового проекта по дисциплине «предпринимательство». В данном случае каждый член команды берет один из разделов или подразделов окончательно варианта проекта (над которым он работал в ходе деловой игры), формирует под соответствующую тему теоретическую часть и дорабатывает материал до требований курсового проекта.

Типовые вопросы к зачету, 7 сем.:

1. История развития предпринимательской деятельности
2. Определение предпринимательства. Природа предпринимательского дохода
3. Риск как ключевой аспект предпринимательства
4. Инновативность в предпринимательстве
5. Субъекты предпринимательской деятельности
6. Цели предпринимательской деятельности
7. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства
8. Классификация видов предпринимательской деятельности
9. Классификация предприятий по формам собственности
10. Производственное предпринимательство
11. Коммерческое предпринимательство
12. Финансовое предпринимательство
13. Консалтинговое предпринимательство
14. Порядок открытия предприятия
15. Стадии предпринимательской деятельности
16. Разработка технико-экономического обоснования
17. Структура и значимость бизнес-плана. Его реализация
18. Информация, необходимая для составления бизнес-плана
19. Управление новым предприятием
20. Создание эффективного механизма управления предприятием

Типовые вопросы к экзамену, 8 сем.:

1. История развития предпринимательской деятельности
2. Определение предпринимательства. Природа предпринимательского дохода
3. Риск как ключевой аспект предпринимательства
4. Инновативность в предпринимательстве
5. Субъекты предпринимательской деятельности
6. Цели предпринимательской деятельности
7. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства
8. Классификация видов предпринимательской деятельности
9. Классификация предприятий по формам собственности
10. Производственное предпринимательство
11. Коммерческое предпринимательство
12. Финансовое предпринимательство
13. Консалтинговое предпринимательство
14. Порядок открытия предприятия
15. Стадии предпринимательской деятельности
16. Разработка технико-экономического обоснования
17. Структура и значимость бизнес-плана. Его реализация
18. Информация, необходимая для составления бизнес-плана
19. Управление новым предприятием
20. Создание эффективного механизма управления предприятием
21. Сущность малого предпринимательства и его значение в современных условиях
22. Развитие малого предпринимательства в России
23. Государственная поддержка малого предпринимательства в России.
24. Проблемы развития малого предпринимательства в России и пути их преодоления.
25. Перспективы развития малого предпринимательства в России.

26. Проблемы развития предпринимательства в России
27. Оценка эффективности предпринимательской деятельности
28. Показатели эффективности предпринимательской деятельности и методы их определения
29. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности
30. Понятие, виды и классификация юридических лиц.
31. Индивидуальное предпринимательство
32. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц.
33. Объединения юридических лиц.
34. Хозяйственные товарищества и общества.
35. Производственные кооперативы.
36. Государственные и муниципальные предприятия.
37. Понятие и классификация рисков
38. Управление предпринимательскими рисками
39. Предпринимательский тип воспроизводства и промышленная политика
40. Процедура банкротства предприятия
41. Сущность, формы и виды лизинга.
42. Франчайзинг как смешанная форма взаимодействия предприятий крупного и малого бизнеса.
43. Значение развития лизинга и франчайзинга в России
44. Предпринимательские решения, их понятие и сущность