

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Белорусский государственный экономический
университет»

Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости

Климченя Л.С.

Методические рекомендации к выполнению тестовых заданий по
учебной дисциплине «**Организация бизнеса и маркетинг**» для студентов
специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»
(заочная форма обучения)

Составитель:

Климченя Л.С., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости, к.э.н., доцент.

Рекомендованы: Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № 5 от «11» января 2024 г.)

1. Общие положения

Одной из эффективных форм текущего контроля знаний студентов является выполнение тестовых заданий. Они основываются на комплексе знаний, умений и навыков, которыми должны обладать студенты по учебной дисциплине.

Учебная дисциплина «Организация бизнеса и маркетинг» является одной из основных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки экономистов в сфере торговли.

Важность изучения учебной дисциплины определяется тем, что любой бизнес имеет свою экономико-организационную форму. Субъект хозяйствования стремясь выделиться на рынке из среды подобных, создает и регистрирует свои отличия в виде фирменного названия и атрибутов. В настоящее время бизнес как предпринимательство рассматривается не только, как процесс деятельности, но и как объект собственности, который можно продать, заложить, застраховать. В этом случае бизнес становится объектом сделки, товаром.

Цель изучения учебной дисциплины «Организация бизнеса и маркетинг» — формирование у студентов профессиональных знаний и компетенций в области осуществления хозяйственной деятельности, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения как при организации собственного дела, так и при организации деятельности с использованием инструментария комплекса маркетинга.

Достижение этой цели обеспечивается решением следующих задач:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам предпринимательства, бизнеса и маркетинга;
- изучить виды и формы предпринимательства и его организационно-правовые формы;
- сформировать знания о процедуре создания собственного бизнеса;
- сформировать у студентов четкое представление о современной концепции маркетинга и его комплексе;
- привить студентам практические навыки и умения проведения маркетинговых исследований
- подходы к разработке бизнес-плана вновь создаваемого предприятия.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

знать:

- законодательные и нормативно-правовые документы в области предпринимательства;
- сущность, основные виды и формы, функции предпринимательства;
- характеристики основных организационно-правовых форм субъектов бизнеса;
- способы открытия собственного дела;
- порядок и содержание действий, которые необходимо совершить до и после государственной регистрации субъекта хозяйствования;
- содержание и порядок процедуры получения специального разрешения (лицензии) для занятия лицензируемыми видами деятельности;
- формы государственной поддержки малого бизнеса;
- комплекс маркетинга и его значение в предпринимательстве;
- методы маркетинговых исследований.

уметь:

- определять цели, пути и задачи открытия собственного дела;
- выбирать организационно-правовую форму ведения собственного дела и обосновать ее;
- проводить сравнительный анализ форм предпринимательства;
- готовить необходимую документацию к государственной регистрации собственного дела;
- проводить маркетинговое исследование рынка;
- разрабатывать комплекс маркетинга для целей собственного бизнеса.

владеть:

- методами анализа целевого рынка для обоснования предпринимательской идеи;
- знаниями об этапах подготовки и проведения процедуры государственной регистрации собственного бизнеса;
- навыками разработки и ведения необходимой документации для осуществления предпринимательской деятельности;
- навыками организации маркетингового исследования и презентации его результатов.

-

2. Организации выполнения тестов

Тестовые задания для студентов заочной формы обучения специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» представлены на платформе test.bseu.by УО «БГЭУ» под названием (псевдонимом) теста «Организация бизнеса и маркетинг».

Тестирование студентов проводится в межсессионный и сессионный периоды за день до сдачи зачета или экзамена.

Тестовые задания по учебной дисциплине «Организация бизнеса и маркетинг» для одного студента включают 10 вопросов. Время выполнения - 20 минут. Перечень тестовых заданий включает все темы учебной дисциплины «Организация бизнеса и маркетинг» и соответствует учебной программе.

Тестовое задание считается сданным, если студент правильно ответил на 60 и более процентов вопросов (порог сдачи теста соответственно 60 %).

Для подготовки к сдаче теста необходимо изучить вопросы по всем темам учебной программы дисциплины «Организация бизнеса и маркетинг», которые отражены в кратком конспекте лекций и размещены на образовательном портале БГЭУ.

3. Содержание тестовых заданий

Для подготовки к сдаче теста необходимо изучить следующие разделы (темы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Организация бизнеса

Бизнес и предпринимательство

Создание субъекта хозяйствования

Процесс предпринимательства и бизнеса

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса и предпринимательства в Республике Беларусь

Раздел 2. Маркетинг

Концепции предпринимательства и маркетинга

Маркетинговые исследования

Комплекс маркетинга

Тестовые задания соответствуют учебной программе.

Отдельное тестовое задание включает вопросы из одной теме учебной дисциплины. Тестовые задания содержат типы вопросов, предусматривающие выбор правильного ответа из списка (правильный ответ только один), а так же множественный выбор по нахождению необходимого соответствия.

Телефон кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости 209- 79- 83.

Литература

При подготовке к сдаче теста рекомендуется использовать следующие источники:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2020. – 541 с.
2. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по неэкономическим специальностям / [В.Л. Клюня и др.]; под ред. В.Л. Клюни, Н.В. Бородачевой. – Минск: Издательский Центр БГУ, 2019. – 308 с.
3. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие/ под ред. Л.С. Климчени – Минск: Амалфея, 2017 – 188 с.
4. Яковлев, Г.А. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие для студентов, обучающихся по основным образовательным программам среднего профессионального образования / Г.А. Яковлев. – 2-е изд. –М.: ИНФРА-М, 2020. – 311 с.

А так же следующие нормативно-правовые акты:

1. О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства: Указ Президента Респ. Беларусь 21 мая 2009 г. № 255 (в ред. от 15.01.2016 № 9). – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 10.01.2024.
2. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 10.01.2024.
3. О развитии предпринимательства: Декрет Президента Респ. Беларусь от 23 ноября 2017 г. №7 (в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 26.02.2021 № 58). – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 10.01.2024.

4. Примеры отдельных вопросов и варианты ответов на них

1. Предпринимательская деятельность может осуществляться в двух формах. Укажите их.

- А) частная и государственная
- Б) производственная и сервисная
- В) простая и сложная
- Г) индивидуальная и коллективная (правильный ответ)**

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Бизнес и предпринимательство"

2. Какой из приведенных ниже этапов не относится к процессу создания собственного вида предпринимательской деятельности?

- А) разработка учредительных документов
- Б) проведение маркетинговых исследований рынка
- В) локализация собственного дела (правильный ответ)**

Г) определение источников финансирования

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Создание субъекта хозяйствования"

3 Перечень документов, представляемых юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в коммерческий банк для открытия расчетного счета установлен ...

А) Национальным банком РБ (правильный ответ)

Б) Декретом Президента РБ

В) Гражданским кодексом РБ

Г) не установлен

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Создание субъекта хозяйствования"

4 Что из ниже перечисленного не включается в структуру бизнес-плана?

А) организационный план

Б) юридический план

В) рекламный план (правильный ответ)

Г) производственный план

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Процесс предпринимательства и бизнеса"

5 Поддержка субъектов МСП, которая осуществляется в соответствии с законодательством за счет средств республиканского и местных бюджетов, а также иных источников, не запрещенных законодательством в форме финансовых средств или субсидий - это...

А) социально-экономическая

Б) организационная

В) экономическая

Г) финансовая (правильный ответ)

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Государственная поддержка малого и среднего бизнеса и предпринимательства в Республике Беларусь"

6 Какие методы маркетинговых исследований предполагают получение и анализ достоверных данных, подлежащих статистической обработке?

А) количественные (правильный ответ)

- Б) аналитические
- В) описательные
- Г) качественные

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Маркетинговые исследования".

7 Какая концепция маркетинга используется в случаях, когда:

- высококонкурентный и достаточно мобильный рынок;
- рынок товаров массового потребления;
- компания ведет свою деятельность в развитых странах.

А) концепция традиционного маркетинга

Б) концепция маркетинга взаимоотношений

В) концепция социально-этического маркетинга (правильный ответ)

Г) концепция товарного маркетинга

Общий отзыв к вопросу: Для правильного ответа на поставленный вопрос следует изучить в опорном конспекте по дисциплине "Основы бизнеса и маркетинг" тему "Концепции предпринимательства и маркетинга".