

Приложение 6.12 к ОПОП 43.02.15 Поварское и кондитерское дело



Министерство образования Свердловской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«ПОЛИПРОФИЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ ИМ. О.В.ТЕРЁШКИНА»

РАССМОТРЕНО НА МК:

Протокол № 01 от 01 09 .2025 г.
Председатель МК Макух /Е.В. Макух /



УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГАПОУ СО
"Полипрофильный техникум
им. О.В. Терёшкина"
Ж.А.Бушель
Приказ № 102/ОД 23.10.2025 г

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по УМР:
Белова /И.Ю. Белова/
"20" 09 2025 г.

**КОМПЛЕКТ КОТРОЛЬНО- ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.05 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

основной профессиональной образовательной программы
среднего профессионального образования
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности

43.02.15 ПОВАРСКОЕ И КОНДИТЕРСКОЕ ДЕЛО

очное отделение

г. Лесной
2025 г.

Контрольно-оценочные средства разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело, утверждённая приказом Минобрнауки России от 9 декабря 2016 г. (ред. от 17.12.2020г) № 1565 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело» (зарегистрировано в Минюсте России 20.12.2016 № 44828).

ОРГАНИЗАЦИЯ-РАЗРАБОТЧИК: ГАПОУ СО «Полипрофильный техникум им. О.В. Терешкина»

РАЗРАБОТЧИК: Макух Елена Викторовна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....4
2. Описание правил оформления результатов оценивания.....7
3. Комплект оценочных средств7

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

Данные оценочные средства предназначены для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по ОП СПО ППССЗ 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

Промежуточная аттестация проводится на 4 курсе в 7 семестре. В виде экзамена.

Для выполнения экзамена по учебной дисциплине «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга» отводится 6 академических часов.

Проводится в виде тестирования.

Материально-техническое обеспечение для выполнения заданий дополнительного оборудования не требуется. При выполнении работы не разрешается пользоваться учебниками, рабочими тетрадями и другими справочными материалами. Ответ обучающегося оценивается в соответствии с представленными ниже критериями.

При проведении промежуточной аттестации оцениваются освоенные предметные результаты по дисциплине «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга», сформированность общих и профессиональных компетенций (знания, умения):

Планируемые результаты освоения общеобразовательной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6 ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.4 ОК 01-09	участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия; рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику; анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации; проводить инвентаризацию на предприятиях питания;	понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории; принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли; виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства), сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации; классификацию

	<p>пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве); оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных</p>	<p>хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам; цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания; этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения; факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ); функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации; виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования; понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и</p>
--	--	--

		относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;
--	--	---

II Описание правил оформления результатов оценивания

В итоговом тестировании 2 варианта, каждый содержит 37 вопросов. Вопросы 1-30 нужно выбрать 1 правильный вариант ответа. Вопросы с 31 по 37 на соответствие.

Критерии оценки выполнения заданий в тестовой форме:

- "5" (отлично) - 90-100% правильных ответов;
- "4" (хорошо) - 80-89% правильных ответов;
- "3" (удовлетворительно) - 70-79% правильных ответов;
- "2" (неудовлетворительно) - 69% и менее правильных ответов.

III Комплект оценочных средств «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга» 1 вариант

Ф.И.О. _____

Группа № _____ курс _____

Вариант 1

1. Что такое экономика?

- а) Искусство ведения домашнего хозяйства
- б) Наука о производстве и распределении ресурсов
- в) Процесс купли-продажи товаров
- г) Система управления государством

2. Что из перечисленного является фактором производства?

- а) Деньги
- б) Земля
- в) Реклама
- г) Потребители

3. Что такое спрос?

- а) Количество товаров, имеющихся в наличии
- б) Желание и возможность покупателей приобрести товар
- в) Рекламная кампания товара
- г) Стоимость товара

4. Что такое предложение?

- а) Количество товаров, которые производители готовы продать по определенной цене
- б) Желание покупателей приобрести товар
- в) Стоимость производства товара
- г) Спрос на товар

5. Что такое рыночное равновесие?

- а) Ситуация, когда спрос превышает предложение
- б) Ситуация, когда предложение превышает спрос
- в) Ситуация, когда спрос равен предложению
- г) Ситуация, когда цена товара максимальна

6. Что такое конкуренция?

- а) Сговор между производителями
- б) Борьба между производителями за потребителя
- в) Установление монополии на рынке
- г) Государственное регулирование цен

7. Что такое маркетинг?

- а) Продажа товаров
- б) Реклама товаров
- в) Процесс планирования и реализации концепции, цены, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для создания обменов, которые удовлетворяют целям отдельных лиц и организаций
- г) Упаковка товаров

8. Что такое сегментация рынка?

- а) Разделение рынка на группы потребителей с общими характеристиками
- б) Расширение рынка
- в) Уменьшение количества товаров на рынке
- г) Повышение цен на товары

9. Что такое SWOT-анализ?

- а) Анализ финансовой отчетности предприятия
- б) Анализ сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз внешней среды
- в) Анализ конкурентов
- г) Анализ потребителей

10. Что такое бренд?

- а) Товарный знак
- б) Название товара
- в) Имидж и репутация товара или компании в сознании потребителей
- г) Цена товара

11. Что такое менеджмент?

- а) Процесс управления организацией для достижения поставленных целей
- б) Продажа товаров
- в) Реклама товаров
- г) Производство товаров

12. Какие функции менеджмента вы знаете?

- а) Планирование, организация, мотивация, контроль
- б) Производство, продажа, реклама
- в) Закупка, хранение, транспортировка
- г) Учет, анализ, аудит

13. Что такое организационная структура?

- а) Схема расположения оборудования на предприятии
- б) Схема взаимодействия между подразделениями и сотрудниками организации
- в) Схема движения товаров на предприятии
- г) Финансовая отчетность предприятия

14. Что такое мотивация?

- а) Внешнее воздействие на человека
- б) Процесс побуждения человека к деятельности для достижения целей организации
- в) Принуждение человека к работе
- г) Оплата труда

15. Что такое контроль в менеджменте?

- а) Проверка выполнения работы
- б) Сравнение фактических результатов с запланированными
- в) Выявление отклонений и принятие корректирующих мер
- г) Все вышеперечисленное

16. Что такое прибыль?

- а) Денежная выручка
- б) Затраты на производство
- в) Разница между доходами и расходами
- г) Оборотные средства

17. Что такое издержки производства?

- а) Стоимость сырья и материалов
- б) Заработная плата работников
- в) Амортизация оборудования
- г) Все затраты, связанные с производством продукции

18. Что такое рентабельность?

- а) Отношение прибыли к выручке
- б) Отношение затрат к выручке
- в) Отношение активов к обязательствам
- г) Отношение долга к собственному капиталу

19. Что такое бизнес-план?

- а) Отчет о финансовых результатах
- б) Отчет о движении денежных средств

- в) Документ, описывающий цели и задачи предприятия, а также способы их достижения
- г) Маркетинговый план

20. Что такое франчайзинг?

- а) Аренда оборудования
- б) Способ ведения бизнеса, при котором одна компания (франчайзер) передает другой компании (франчайзи) право на использование своего бренда, технологий и бизнес-модели
- в) Лизинговые операции
- г) Залог имущества

21. Что такое калькуляция себестоимости?

- а) Определение рыночной цены товара
- б) Расчет затрат на производство единицы продукции
- в) Анализ финансовых показателей
- г) Планирование продаж

22. Что такое логистика?

- а) Продажа товаров оптом
- б) Управление материальными потоками от поставщика до потребителя
- в) Рекламная кампания
- г) Производственный процесс

23. Что такое мерчендайзинг?

- а) Продажа товаров через интернет
- б) Комплекс мероприятий по продвижению товаров в розничной торговле
- в) Производство товаров под заказ
- г) Оптовая торговля

24. Что такое целевая аудитория?

- а) Все потенциальные потребители товара
- б) Группа потребителей, на которую направлена маркетинговая деятельность
- в) Конкуренты на рынке
- г) Поставщики сырья

25. Что такое PEST-анализ?

- а) Анализ внутренних ресурсов компании
- б) Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов, влияющих на бизнес
- в) Анализ конкурентов
- г) Анализ потребителей

26. Что такое демпинг?

- а) Продажа товаров по завышенным ценам

- б) Продажа товаров по сниженным ценам, часто ниже себестоимости
- в) Обмен товаров между странами
- г) Улучшение качества товаров

27. Что такое инфляция?

- а) Увеличение покупательной способности денег
- б) Уменьшение покупательной способности денег
- в) Стабильность цен
- г) Снижение цен на товары

28. Что такое лидерство?

- а) Склонность руководить
- б) Способность вдохновлять и направлять других людей для достижения общих целей
- в) Авторитарный стиль управления
- г) Финансовая отчетность компании

29. Что такое делегирование?

- а) Передача задач и полномочий от руководителя к подчиненным
- б) Контроль над выполнением задач
- в) Планирование работы
- г) Принятие решений

30. Что такое тайм-менеджмент?

- а) Увеличение рабочих часов
- б) Искусство планирования и эффективного использования времени
- в) Управление финансами
- г) Контроль сотрудников

31. Установите соответствие между понятием и его определением:

1. Спрос
2. Предложение
3. Рыночное равновесие

А. Количество товаров и услуг, которое производители готовы предложить по определенной цене

Б. Ситуация на рынке, когда объем спроса равен объему предложения

В. Количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести по определенной цене

32. Установите соответствие между функцией менеджмента и тем, что она включает:

4. Планирование
5. Организация
6. Контроль

А. Распределение задач и ресурсов между исполнителями

- Б. Установление целей и определение путей их достижения
- В. Сравнение фактических результатов с плановыми и выявление отклонений

33. Установите соответствие между видом организационной структуры и ее характеристикой:

- 7. Линейная
- 8. Функциональная

- А. Специализация подразделений по функциям (производство, маркетинг, финансы)
- Б. Четкая иерархия, единоначалие

34. Установите соответствие между понятием и его определением:

- 1. Сегментация рынка
- 2. Целевая аудитория

- А. Группа потребителей, на которую ориентирована маркетинговая деятельность компании
- Б. Разделение рынка на отдельные группы потребителей на основе определенных признаков

35. Установите соответствие между видом затрат и их принадлежностью к постоянным или переменным:

- 1. Арендная плата
- 2. Затраты на сырье

- А. Постоянные затраты
- Б. Переменные затраты

36. Установите соответствие между понятием и его определением:

- 1. Бизнес-план
- 2. Инвестиция

- А. План мероприятий по развитию бизнеса
- Б. Вложение денег для получения прибыли

37. Установите соответствие между видом цены и её описанием:

- 1. Оптовая цена
- 2. Розничная цена

- А. Цена, по которой продается товар в розницу конечному потребителю
- Б. Цена, по которой продается товар крупными партиями

Вариант 2

Ф.И.О. _____

Группа № _____ курс _____

1. Какая основная проблема экономики?

- а) Неограниченность ресурсов

- б) Ограниченность ресурсов
- в) Отсутствие потребностей
- г) Избыток товаров

2. Что из перечисленного относится к капиталу как фактору производства?

- а) Заработная плата
- б) Оборудование
- в) Природные ресурсы
- г) Трудовые ресурсы

3. Что произойдет с ценой товара при увеличении спроса и неизменном предложении?

- а) Цена снизится
- б) Цена останется неизменной
- в) Цена повысится
- г) Невозможно определить

4. Что произойдет с ценой товара при увеличении предложения и неизменном спросе?

- а) Цена повысится
- б) Цена останется неизменной
- в) Цена снизится
- г) Невозможно определить

5. Какой вид конкуренции наиболее выгоден для потребителей?

- а) Монополия
- б) Олигополия
- в) Совершенная конкуренция
- г) Демпинг

6. Что такое монополия?

- а) Ситуация, когда на рынке много продавцов
- б) Ситуация, когда на рынке один продавец
- в) Ситуация, когда на рынке мало покупателей
- г) Ситуация, когда на рынке много покупателей

7. Какой элемент маркетинга отвечает за создание ценности для потребителя?

- а) Цена
- б) Продвижение
- в) Продукт
- г) Место

8. Какой вид сегментации рынка основан на географических признаках?

- а) Демографическая
- б) Психографическая
- в) Географическая
- г) Поведенческая

9.Что из перечисленного является сильной стороной предприятия (согласно SWOT-анализу)?

- а) Высокая конкуренция на рынке
- б) Устаревшее оборудование
- в) Опытный персонал
- г) Угроза появления новых конкурентов

10.Что такое позиционирование бренда?

- а) Разработка логотипа бренда
- б) Определение места бренда в сознании потребителей относительно конкурентов
- в) Упаковка товара
- г) Цена товара

11.Кто такой менеджер?

- а) Собственник предприятия
- б) Наемный работник, отвечающий за управление организацией
- в) Рабочий на производстве
- г) Поставщик сырья

12.Какая функция менеджмента связана с установлением целей и задач организации?

- а) Организация
- б) Мотивация
- в) Планирование
- г) Контроль

13.Какой тип организационной структуры характеризуется четкой иерархией и централизованным принятием решений?

- а) Линейная
- б) Функциональная
- в) Матричная
- г) Дивизиональная

14.Что такое нематериальная мотивация?

- а) Денежное вознаграждение
- б) Предоставление отпуска
- в) Признание заслуг
- г) Повышение заработной платы

15.Какой вид контроля осуществляется после завершения работы?

- а) Предварительный
- б) Текущий
- в) Заключительный
- г) Стратегический

16.Что такое выручка?

- а) Затраты на сырье;

- б) Общая сумма денежных средств, полученных от продажи товаров или услуг;
- в) Чистая прибыль после уплаты налогов;
- г) Амортизационные отчисления.

17. Что включает в себя понятие "переменные издержки"?

- а) Арендная плата за помещение;
- б) Затраты на электроэнергию;
- в) Заработная плата административного персонала;
- г) Амортизация оборудования.

18. Что показывает рентабельность продаж?

- а) Эффективность использования основных средств;
- б) Долю прибыли в каждом рубле выручки;
- в) Скорость оборота оборотных средств;
- г) Уровень задолженности предприятия.

19. Что такое инвестиции?

- а) Покупка товаров для личного потребления;
- б) Вложение денежных средств в активы с целью получения дохода;
- в) Получение кредита в банке;
- г) Выплата заработной платы сотрудникам.

20. В чем преимущество франчайзинга для франчайзи?

- а) Полная свобода в управлении бизнесом;
- б) Использование проверенной бизнес-модели и известного бренда;
- в) Отсутствие необходимости платить роялти;
- г) Самостоятельное определение ассортимента продукции.

21. Какие методы используются для калькуляции себестоимости?

- а) Стандарт-костинг, метод FIFO, метод LIFO;
- б) ABC-костинг, метод директ-костинг, метод котлового учета;
- в) Метод полной себестоимости, метод переменной себестоимости, метод нормативной себестоимости;
- г) Метод учета по фактическим затратам, метод учета по плановым затратам, метод учета по нормативным затратам.

22. Что является основной задачей логистики в ресторанном бизнесе?

- а) Увеличение складских запасов;
- б) Снижение транспортных расходов;
- в) Обеспечение своевременной поставки качественных продуктов питания;
- г) Организация рекламных акций.

23. Какова цель мерчендайзинга в супермаркете?

- а) Стимулирование импульсных покупок;
- б) Проведение дегустаций;

- в) Информирование покупателей о новых товарах;
- г) Снижение цен на товары.

24. Какие характеристики целевой аудитории наиболее важны для ресторана?

- а) Пол, возраст, образование, доход;
- б) Предпочтения в еде, частота посещения ресторанов, средний чек;
- в) Семейное положение, количество детей, место работы;
- г) Интересы, хобби, увлечения.

25. Какие политические факторы могут повлиять на ресторанный бизнес (PEST-анализ)?

- а) Изменения в налоговом законодательстве, лицензирование, санитарные нормы;
- б) Уровень инфляции, обменный курс валюты, процентные ставки;
- в) Демографические изменения, уровень образования, культурные традиции;
- г) Новые технологии приготовления пищи, автоматизация процессов, онлайн-заказы.

26. Какие последствия может иметь демпинг для компании?

- а) Увеличение прибыли и расширение доли рынка
- б) Увеличение продаж и укрепление позиций на рынке
- в) Привлечение большего числа покупателей и увеличение объема производства
- г) Снижение рентабельности и убытки

27. Что может быть причиной инфляции?

- а) Увеличение золотого запаса страны
- б) Сокращение расходов государственного бюджета
- в) Рост денежной массы в обращении
- г) Увеличение производительности труда

28. Какие качества характеризуют эффективного лидера?

- а) Авторитарность, жесткость, требовательность
- б) Умение вдохновлять, мотивировать, делегировать полномочия
- в) Дистанцированность, отстраненность, формальность
- г) Контроль, принуждение, наказание

29. Что необходимо учитывать при делегировании задач?

- а) Компетентность исполнителя, четкость задания, контроль результатов
- б) Личные симпатии, дружеские отношения, отсутствие требований
- в) Минимальные сроки, максимальный объем работы, отсутствие обратной связи
- г) Незначительность задачи, отсутствие последствий, формальность

30. Какие инструменты тайм-менеджмента вы знаете?

- а) Диаграмма Ганта, матрица Эйзенхауэра, метод Pomodoro, to-do листы
- б) Финансовый отчет, кадровый план, маркетинговая стратегия
- в) План производства, график поставок, контроль качества
- г) Управленческий учет, бюджетирование, анализ рисков

31. Установите соответствие между понятием и его определением:

1. Маркетинг
2. Менеджмент
3. Экономика

А. Наука о хозяйстве, способах его ведения и отношениях между хозяйствующими субъектами. Б. Организационно-хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли. В. Комплекс мероприятий по изучению рынка и продвижению товаров и услуг.

32. Установите соответствие между видом конкуренции и его характеристикой:

1. Совершенная конкуренция
2. Монополия
3. Олигополия

А. На рынке действует один продавец. Б. На рынке действует несколько крупных продавцов. В. На рынке действует много мелких продавцов с одинаковыми товарами.

33. Установите соответствие между фактором производства и его примером:

1. Труд
2. Капитал
3. Земля

А. Природные ресурсы, используемые в производстве. Б. Оборудование, инструменты, здания. В. Усилия, затрачиваемые людьми в процессе производства.

34. Установите соответствие между этапом жизненного цикла товара и его характеристикой:

1. Внедрение
2. Рост
3. Зрелость

А. Увеличение объема продаж и прибыли. Б. Замедление темпов роста продаж и прибыли. В. Вывод товара на рынок.

35. Установите соответствие между понятием и его содержанием:

1. Себестоимость
2. Цена
3. Прибыль

А. Сумма всех затрат на производство и реализацию продукции. Б. Количество денег, за которое продается товар или услуга. В. Разница между выручкой и себестоимостью.

36. Установите соответствие между видом мотивации и типом стимулирования:

- 1. Материальная мотивация
- 2. Нематериальная мотивация
- А. Предоставление социальных льгот
- Б. Повышение заработной платы

37. Установите соответствие между этапом планирования и его содержанием:

- 1. Стратегическое планирование
- 2. Тактическое планирование

А. Определение долгосрочных целей организации Б. Разработка конкретных шагов для достижения стратегических целей

Эталон ответов:

№ вопроса	1 вариант	2 вариант
1	б	б
2	б	б
3	б	в
4	а	в
5	в	в
6	б	б
7	в	в
8	а	в
9	б	в
10	в	б
11	а	б
12	а	в
13	б	а
14	б	в
15	г	в
16	в	б
17	г	б
18	а	б
19	в	б
20	б	б
21	б	в
22	б	в
23	б	а
24	б	б
25	б	а
26	б	г
27	б	в
28	б	б
29	а	а
30	б	а

31	1-В; 2-а; 3-б	1-В; 2-б; 3-а
32	1-б; 2- а; 3-В	1-В; 2-а; 3-б
33	1-б; 2-а	1-В; 2-б; 3-а
34	1-б; 2-а	1-В; 2-а; 3-б
35	1-а; 2-б	1-а; 2-б; 3-В
36	1-а; 2-б	1-б; 2-а
37	1-б; 2-а	1-а; 2-б

