

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

**Тамбов
Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»
2023**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тамбовский государственный технический университет»

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Методические указания для проведения практических занятий по дисциплине
«Организация управления предпринимательской деятельностью»
для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент»

Учебное электронное издание



Тамбов
Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»
2023

УДК 338.2
ББК У291.9-21я73-5
О-63

Рекомендовано Методическим советом университета

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Экономика» ФГБОУ ВО «ТГТУ»
В. Л. Пархоменко

О-63 Организация управления предпринимательской деятельностью [Электронный ресурс] : методические указания / сост. : Е. М. Королькова, И. Ю. Пчелинцева. – Тамбов : Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Системные требования : ПК не ниже класса Pentium II ; CD-ROM-дисковод ; 436,0 Кб ; RAM ; Windows 95/98/XP ; мышь. – Загл. с экрана.

Представлены методические материалы для проведения практических занятий по дисциплине «Организация управления предпринимательской деятельностью».

Предназначены для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

УДК 338.2
ББК У291.9-21я73-5

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за разработчиком. Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещено.

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВО «ТГТУ»), 2023

ВВЕДЕНИЕ

Умение своевременно и грамотно принимать управленческие решения в рамках осуществления предпринимательской деятельности – одно из основных требований, предъявляемых к специалисту в области производственного менеджмента. В связи с этим дисциплине «Организация управления предпринимательской деятельностью» отводится отдельная позиция в учебном плане подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Настоящее электронное учебное издание содержит краткое содержание основных тем курса, тестовые задания по темам, входящим в курс «Организация управления предпринимательской деятельностью», одновременно способствует более глубокому самостоятельному изучению курса.

Выполнение заданий, представленных в электронном издании, позволит сформировать у обучающихся соответствующий уровень профессиональных знаний и умений использования принципов и методов организации управления предпринимательской деятельностью.

Тема 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ БИЗНЕС. СУБЪЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА

Обсуждаемые вопросы

1. Критическая и позитивная концепции бизнеса. Две крайности в оценке бизнеса.
2. Прагматическая концепция бизнеса.
3. Противоречия, деловые интересы и личные качества субъектов бизнеса.
4. Общественные интересы субъектов бизнеса.
5. Типы субъектов бизнеса. Предпринимательский бизнес.
6. Особенности предпринимательского бизнеса.
7. Типы субъектов бизнеса.
8. Принципы бизнеса.
9. Товарно-денежная форма деловых отношений.
10. Родовые признаки бизнеса в рыночной экономике. Этапы становления бизнеса в рыночной экономике.
11. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательского бизнеса.
12. Понятие предпринимательской фирмы. Критерии количественного разграничения субъектов предпринимательского бизнеса.
13. Качественные различия субъектов предпринимательского бизнеса. Типы собственности в бизнесе.
14. Коммерческая и некоммерческая деятельность. Другие критерии качественного разграничения субъектов предпринимательского бизнеса.

Тестовые задания

1. Найдите соответствие:

Толкование термина «бизнес»	Содержание
1. Поведенческое	а) совокупность действий людей
2. Коммуникационное	б) деловые отношения между людьми

2. К нематериальным благам относятся:

- а) образование;
- б) пища;
- в) одежда;
- г) культура;
- д) наука;
- е) жилье;
- ж) информация.

3. По критерию соответствия потребности в благах и предложения благ выделяют блага:

- а) свободные;
- б) потребительские;
- в) уникальные;
- г) ограниченные;
- д) инвестиционные;
- е) частные;
- ж) воспроизводимые.

4. Найдите соответствие:

Качества субъектов бизнеса	Содержание
Профессиональные	а) совокупность внутренних, присущих людям свойств
Личные	б) совокупность знаний, умений, навыков и опыта, приобретенных субъектами бизнеса

5. Найдите соответствие:

1. Общественные цели субъектов бизнеса	а) возместить затраты
	б) возместить затраты, получить максимальный доход
	в) создание и воспроизведение привлекательного имиджа
2. Эгоистические цели субъектов бизнеса	г) сохранить, упрочить, преумножить собственность
	д) сохранение и укрепление партнерских отношений
	е) сохранить, укрепить конкурентоспособность

6. Назовите тенденции формирования деловых отношений:

- а) конкуренция;
- б) соперничество;
- в) интеграция;
- г) извлечение выгоды.

7. Что является выгодой для наемных работников в сделках:

- а) товар, наилучшим образом удовлетворяющий потребность;
- б) личный доход, получаемый в результате выполнения должностных обязанностей;
- в) доход, выраженный в денежной форме.

8. Что относится к особенностям потребительского бизнеса?

- а) основан на всеобщем включении людей в деловые отношения;
- б) отражает заинтересованность людей в конечных результатах производства;
- в) цель – систематическое получение прибыли;
- г) профессиональная деятельность людей;
- д) является уравновешивающей силой и стимулятором по отношению к предпринимательскому бизнесу.

9. Что относится к особенностям предпринимательского бизнеса?

- а) цель – систематическое получение прибыли;
- б) является уравновешивающей силой и стимулятором по отношению к предпринимательскому бизнесу;
- в) регулирование и программирование экономики;
- г) профессиональная деятельность людей;
- д) перераспределение бюджетных ресурсов.

10. К государственным деловым интересам относятся:

- а) безопасность существования личности и общества;
- б) получение максимального дохода;
- в) экономическое развитие страны;
- г) сохранение и преумножение собственности;
- д) социальная обеспеченность граждан.

11. Найдите соответствие:

Категория рынка	Содержание
1. Цена	а) экономическая категория, которая выражает денежную оценку объектов собственности субъекта предпринимательского бизнеса
2. Прибыль	б) денежное выражение стоимости товаров, услуг или работ
3. Капитал	в) денежная форма выражения предпринимательского дохода

12. Найдите соответствие:

1. Сектор рынка	а) часть рынка, образованная по критерию потребительских ожиданий
2. Сегмент рынка	б) сегмент рынка, неосвоенный субъектами предпринимательского бизнеса
3. Рыночная ниша	в) части рынка, различающиеся между собой в соответствии с особенностями предмета деловых отношений

13. Назовите признаки рыночных отношений:

- а) предложение и спрос;
- б) неопределенность;
- в) конкуренция;
- г) интеграция;
- д) креативность.

14. Юридическое лицо – это:

а) организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом;

б) любой гражданин независимо от его пола, возраста, национальности, физических данных, места проживания;

в) организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени заключать договоры и осуществлять иные имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде;

г) организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени заключать договоры и осуществлять иные имущественные права.

15. Что относится к критериям количественного разграничения субъектов предпринимательского бизнеса?

- а) тип собственности на средства производства;
- б) степень нацеленности на получение прибыли;
- в) численность работников;
- г) степень самостоятельности;
- д) годовой оборот капитала.

16. Что относится к критериям качественного разграничения субъектов предпринимательского бизнеса?

- а) принадлежность субъекта к числу юридических лиц;
- б) годовой оборот капитала;
- в) форма и характер управления фирмой;
- г) численность работников;
- д) вид бизнеса.

17. К государственной собственности относятся:

- а) акционерная;
- б) федеральная;
- в) ассоциативная;
- г) кооперативная;
- д) муниципальная.

18. Найдите соответствие:

1. Коммерческая организация	а) не имеет в качестве основной цели – извлечение прибыли
2. Некоммерческая организация	б) основная цель – получение прибыли. Прибыль подлежит распределению между участниками предпринимательской фирмы

19. Статус фирмы как юридического лица определяется:

- 1) числом сотрудников;
- 2) организационной структурой;
- 3) правом ведения бизнеса;
- 4) внутренним единством;
- 5) самостоятельностью;
- 6) занимаемой долей рынка;
- 7) наличием обособленного имущества.

20. Найдите соответствие:

Типы собственности на средства производства	Содержание
1. Частная	а) представляет собой право владения, пользования и распоряжения средствами производства, которым обладает государство, реализует уполномоченный орган государственного управления
2. Коллективная	б) представляет собой право единоличного владения, пользования и распоряжения средствами производства
3. Долевая	в) представляет собой право единоличного владения, пользования и распоряжения средствами производства, обладателями которого в отношении одних и тех же объектов являются одновременно несколько объединившихся в коллектив субъектов предпринимательского бизнеса
4. Государственная	г) представляет собой право единоличного владения, пользования и распоряжения средствами производства, обладателями которого в отношении одних и тех же объектов являются одновременно несколько субъектов бизнеса, объединившихся в предпринимательскую фирму путем приобретения доли в ее имуществе

21. По степени самостоятельности предпринимательские фирмы делятся на:

- а) резиденты;
- б) зависимые;
- в) диверсифицированные;
- г) с исключительными правами;
- д) дочерние.

22. По месту регистрации фирмы делятся на:

- а) некоммерческие;
- б) моноотраслевые;
- в) дочерние;
- г) резиденты;
- д) зависимые;
- е) нерезиденты.

23. В зависимости от формы и характера управления фирмой выделяют следующие типы менеджмента фирмы:

- а) коллегиальный;
- б) с исключительными правами;
- в) авторитарный;
- г) бюрократический.

24. В зависимости от вида бизнеса различают фирмы:

- а) специализированные;
- б) коммерческие;
- в) кооперативные;
- г) диверсифицированные.

Тема 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Обсуждаемые вопросы

1. Содержание организационно-правовой формы предпринимательства.
2. Предпринимательство с участием иностранного капитала.
3. Частный предпринимательский бизнес.
4. Частное предпринимательство с образованием юридического лица некоммерческого характера.
5. Коллективный предпринимательский бизнес на базе неопределенно-коллективной и ассоциативной собственности.
6. Коллективный предпринимательский бизнес на базе групповой (совместной) и кооперативной собственности.
7. Коллективный предпринимательский бизнес на базе условно-долевой собственности.
8. Предпринимательство на основе долевой собственности. Общество с ограниченной ответственностью.
9. Права и обязанности участников общества с ограниченной ответственностью.
10. Общество с дополнительной ответственностью, товарищество на вере, простое товарищество.

Тестовые задания

1. К организационно-правовым формам некоммерческого характера относятся:

- а) акционерное общество;
- б) фонд;
- в) автономная некоммерческая организация;

- г) общество с ограниченной ответственностью;
- д) потребительский кооператив;
- е) учреждение

2. Назовите некоммерческие организационно-правовые формы, используемые только в коллективном предпринимательстве:

- а) автономная некоммерческая организация;
- б) некоммерческое партнерство;
- в) ассоциация (союз);
- г) фонд;
- д) учреждение;
- е) общественное объединение.

3. Частным предпринимательством можно заниматься в форме:

- а) ПБОЮЛ;
- б) юридического лица;
- в) юридического лица, состав учредителей которого исчерпывается одним человеком.

4. Фонд – это:

- а) некоммерческая организация, учрежденная на основе добровольных имущественных взносов учредителя (учредителей);
- б) некоммерческая организация, создаваемая на добровольной основе для координации деятельности субъектов бизнеса;
- в) некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления разнообразных видов деятельности некоммерческого характера и финансируемая этим собственником полностью или частично.

5. Назовите некоммерческие организационно-правовые формы, используемые только в частном предпринимательстве:

- а) автономная некоммерческая организация;
- б) некоммерческое партнерство;
- в) ассоциация (союз);
- г) фонд;
- д) учреждение;
- е) общественное объединение.

6. Как называется ответственность, которую несет учредитель по обязательствам субъекта бизнеса:

- а) личная;
- б) дополнительная;
- в) субсидиарная.

7. Учреждение – это:

- а) некоммерческая организация, учрежденная на основе добровольных имущественных взносов учредителя (учредителей);
- б) некоммерческая организация, создаваемая на добровольной основе для координации деятельности субъектов бизнеса;
- в) некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления разнообразных видов деятельности некоммерческого характера и финансируемая этим собственником полностью или частично.

8. Ассоциация (союз) – это:

- а) некоммерческая организация, учрежденная на основе добровольных имущественных взносов учредителя (учредителей);
- б) некоммерческая организация, создаваемая на добровольной основе для координации деятельности субъектов бизнеса;
- в) некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления разнообразных видов деятельности некоммерческого характера и финансируемая этим собственником полностью или частично.

9. Производственный кооператив – это:

- а) организация, добровольно созданная гражданами на основе их общих интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей;
- б) организация, создаваемая на добровольной основе для координации деятельности субъектов бизнеса;
- в) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом (ином) участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

10. Какая организационно-правовая форма предпринимательства предусматривает учредительство и членство одновременно?

- а) производственный кооператив;
- б) ассоциация;
- в) фонд;
- г) автономная некоммерческая организация;
- д) некоммерческое партнерство.

11. Общественное объединение – это:

- а) некоммерческая организация, добровольно созданная гражданами на основе их общих интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей;

б) некоммерческая организация, создаваемая на добровольной основе для координации деятельности субъектов бизнеса;

в) некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления разнообразных видов деятельности некоммерческого характера и финансируемая этим собственником полностью или частично.

12. Высшим органом управления кооперативом является:

- а) попечительский совет;
- б) совет директоров;
- в) общее собрание его членов;
- г) наблюдательный совет.

13. К организационно-правовым формам коммерческого характера относятся:

- а) акционерное общество;
- б) фонд;
- в) автономная некоммерческая организация;
- г) общество с ограниченной ответственностью;
- д) производственный кооператив;
- е) учреждение, финансируемое собственником.

14. Назовите особенности производственного кооператива:

- а) некоммерческая организация;
- б) личное трудовое участие;
- в) субсидиарная ответственность;
- г) учредительство;
- д) наличие паев.

15. Назовите коммерческие организационно-правовые формы, используемые только в коллективном предпринимательстве:

- а) производственный кооператив;
- б) АО;
- в) ООО;
- г) полное товарищество;
- д) потребительский кооператив.

16. Назовите коммерческие организационно-правовые формы, используемые в частном предпринимательстве:

- а) производственный кооператив;
- б) АО;
- в) ООО;

- г) полное товарищество;
- д) потребительский кооператив.

17. Для какой организационно-правовой формы характерно наличие паев?

- а) АО;
- б) производственный кооператив;
- в) учреждение;
- г) фонд;
- д) некоммерческое партнерство;
- е) ассоциация (союз).

18. К какому типу коллективного предпринимательства относится АНО?

- а) на базе совместной собственности;
- б) на базе условно-долевой собственности;
- в) на базе кооперативной собственности;
- г) на базе коллективно-неопределенной собственности.

19. Для какой организационно-правовой формы характерно создание Попечительского совета?

- а) общество с дополнительной ответственностью;
- б) ассоциация;
- в) фонд;
- г) автономная некоммерческая организация.

20. В каком случае в списке учредительных документов помимо устава может присутствовать учредительный договор?

- а) фирма имеет нескольких учредителей;
- б) фирма имеет одного учредителя;
- в) в обоих из вышеуказанных.

21. К какому типу коллективного предпринимательства относится товарищество на вере?

- а) на базе ассоциативной собственности;
- б) на базе условно-долевой собственности;
- в) на базе кооперативной собственности;
- г) на базе коллективно-неопределенной собственности.

22. Полное товарищество – это:

а) юридическое лицо, участники которого в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью

от имени товарищества и солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам всем своим имуществом;

б) объединение двух или более лиц для осуществления предпринимательской деятельности, в котором одни участники несут ответственность по делам товарищества как своим вкладом, так и всем своим имуществом, а другие отвечают только своим вкладом;

в) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом (ином) участии, и объединении его членами имущественных паевых взносов.

23. Для какой организационно-правовой формы характерно понятие «складочный капитал»:

- а) ООО;
- б) АО;
- в) товарищество на вере;
- г) потребительский кооператив.

Тема 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА ОСНОВЕ АКЦИОНЕРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Обсуждаемые вопросы

1. Основы акционерного предпринимательства.
2. Закрытое акционерное общество.
3. Открытое акционерное общество.
4. Учреждение акционерного общества. Права и обязанности акционеров.
5. Учредительский бизнес в акционерном обществе.
6. Холдинговый бизнес в акционерном обществе.
7. Управление акционерным обществом.

Тестовые задания

1. На базе какой формы собственности основана деятельность акционерного общества:

- а) ничейной;
- б) кооперативной;
- в) совместной;
- г) условно-долевой.

2. Акционерным признается общество:

а) учрежденное на основе добровольных имущественных взносов учредителя (учредителей);

- б) уставный капитал которого разделен на определенное число акций;
- в) созданное для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом (ином) участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

3. Долговые ценные бумаги:

- а) служат документальным удостоверением прав физического или юридического лица на определенную долю в каком-либо имуществе или финансовых средствах, или же в иных объектах собственности;
- б) удостоверяют наличие долга со стороны какого-либо лица владельцу данных бумаг.

4. Акция – это:

- а) долевая ценная бумага;
- б) долговая ценная бумага.

5. Акционер – это:

- а) участник АО;
- б) юридическое лицо;
- в) учредитель АО;
- г) обладатель одной акции АО или пакета акций АО.

6. Пакет акций АО – это:

- а) 50% акций АО;
- б) 20% акций АО;
- в) количество акций от двух и выше.

7. Закрытое акционерное общество – это:

- а) АО, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц;
- б) АО, имеющее право проводить открытую подписку акций и их свободную продажу любым потенциальным покупателям.

8. Объявленными акциями называются:

- а) акции, которые приобретены акционерами в период основной эмиссии;
- б) акции, которые приобретены акционерами в период дополнительной эмиссии.

9. Привилегированные акции:

- а) гарантируют акционерам АО получение фиксированного дохода в виде дивиденда, размеры которого зависят от величины полученной прибыли;
- б) гарантируют акционерам АО получение фиксированного дохода в виде дивиденда, размеры которого не зависят от величины полученной прибыли;
- в) дают право на получение дивиденда, но не гарантируют его получение в заранее установленных размерах.

10. Найдите соответствие:

Тип стоимости акции	Содержание
1. Номинальная	а) устанавливается в момент ликвидации АО
2. Балансовая	б) цена, по которой акция продается на рынке
3. Ликвидационная	в) указана на титуле акции
4. Курсовая	г) определяется по результатам деятельности АО

11. Контрольный пакет акций – это:

- а) 50% акций плюс одна акция;
- б) не ниже 20% акций;
- в) количество акций, которое обеспечивает безусловное определяющее влияние на принятие или отклонение определенных решений.

12. Высшим органом управления АО является:

- а) совет директоров;
- б) правление;
- в) общее собрание акционеров.

13. Холдинговая компания – это:

- а) акционерная компания, создаваемая для осуществления различных видов деятельности коммерческого характера;
- б) акционерная компания, владеющая контрольными пакетами акций других ОАО;
- в) акционерная компания, создаваемая для координации деятельности субъектов бизнеса.

Тема 4. ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФИРМЫ

Обсуждаемые вопросы

1. Профессиональная и деловая платформы функциональной среды предпринимательской фирмы.
2. Понятие конкурентоспособности предпринимательской фирмы.
3. Функции предпринимательской фирмы, предшествующие созданию продукта.
4. Маркетинговая концепция функционирования предпринимательской фирмы.
5. Производственно-сбытовые функции предпринимательской фирмы.
6. Коммуникации предпринимательской фирмы с контрагентами.

7. Коммуникации предпринимательской фирмы с клиентами.
8. Коммуникации предпринимательской фирмы с конкурентами.
9. Коммуникации предпринимательской фирмы с общественностью.

Тестовые задания

1. Для каких позиций бизнеса в рамках матрицы БКГ приемлема стратегия – ликвидация бизнеса:

- а) знак вопроса;
- б) собака;
- в) звезда;
- г) дойная корова.

2. Термин «экология фирмы» – это:

- а) общая среда организации;
- б) рабочая среда организации;
- в) внутренняя среда организации.

3. К факторам внутренней среды организации относятся:

- а) организационная структура;
- б) производство;
- в) маркетинговые посредники;
- г) финансы;
- д) конкуренты;
- е) политические факторы;
- ж) управление персоналом;
- з) клиенты;
- и) демографические факторы.

4. Для каких позиций бизнеса в рамках матрицы БКГ приемлема стратегия – рост и увеличение доли рынка:

- а) знак вопроса;
- б) собака;
- в) звезда;
- г) дойная корова.

5. Контактная аудитория фирмы:

- а) общество по защите прав потребителей;
- б) конкуренты;
- в) финансовые круги и государственные учреждения;
- г) средства массовой информации;
- д) клиентура;
- е) собственные рабочие и служащие.

6. Организация, внутренняя стабильность которой зависит от условий внешней среды, называется:

- а) закрытая система;
- б) открытая система;
- в) стабильная система.

7. Для каких позиций бизнеса в рамках матрицы БКГ приемлема стратегия – сохранение доли рынка:

- а) знак вопроса;
- б) собака;
- в) звезда;
- г) дойная корова.

8. Основные факторы общей среды организации:

- а) потребители;
- б) демографические данные;
- в) политические факторы;
- г) экономические условия;
- д) возможности фирм-производителей;
- е) природные условия.

9. Для каких позиций бизнеса в рамках матрицы БКГ приемлема стратегия – «сбор урожая»:

- а) знак вопроса;
- б) собака;
- в) звезда;
- г) дойная корова.

10. Найдите соответствие между понятиями:

Ориентиры деятельности фирмы	Содержание
1. Идеалы	а) ориентиры деятельности фирмы в плановом периоде
2. Цели	б) ориентиры, которые не планируется достичь в обозримом периоде
3. Задачи	в) количественно измеряемые ориентиры

11. По признаку «период достижения» цели организации делятся на:

- а) краткосрочные;
- б) количественные;
- в) долгосрочные;

- г) качественные;
- д) среднесрочные.

12. Термин «микросреда фирмы» – это:

- а) внешняя среда организации;
- б) рабочая среда организации;
- в) внутренняя среда организации.

13. Основные факторы рабочей среда организации:

- а) поставщики;
- б) демографические факторы;
- в) собственные рабочие и служащие;
- г) финансовые круги и государственные учреждения;
- д) экономические факторы;
- е) клиентура;
- ж) конкуренты.

14. В соответствии с конкурентной позицией различают следующие фирмы:

- а) лидеры;
- б) пациенты;
- в) претенденты на лидерство;
- г) леталенты;
- д) виоленты;
- е) новички;
- ж) эксплеренты;
- з) коммутанты;
- и) болото

15. В соответствии с конкурентным статусом различают следующие фирмы:

- а) коммутанты;
- б) болото;
- в) пациенты;
- г) претенденты на лидерство;
- д) леталенты;
- е) лидеры;
- ж) виоленты;

- з) новички;
- и) эксплеренты.

16. К общим конкурентным стратегиям относятся:

- а) преимущество в издержках;
- б) стратегия разворота;
- в) стратегия сдерживания;
- г) фокусирование;
- д) стратегия роста;
- е) дифференциация.

17. Назовите пять сил конкуренции по М. Портеру:

- а) финансовые круги и государственные учреждения;
- б) экономические факторы;
- в) покупатели;
- г) товары-заменители;
- д) поставщики;
- е) фирмы-конкуренты, проникающие на отраслевой рынок;
- ж) фирмы-конкуренты, закрепившиеся на рынке.

18. Найдите соответствие между понятиями:

Конкурентная позиция фирмы	Содержание
1. Новички	а) монополистические притязания на лидерство
2. Болото	б) имеют наибольший производственный потенциал
3. Претенденты на лидерство	в) ищут рыночную нишу
4. Лидеры	г) копируют достижения конкурентов

19. Найдите соответствие между понятиями:

Конкурентный статус фирмы	Содержание
1. Виоленты	а) мелкие предпринимательские фирмы в сфере услуг
2. Пациенты	б) мелкие инновационные предприятия в сфере венчурного предпринимательства
3. Коммутанты	в) средние и крупные фирмы, ориентирующиеся на недиверсифицированную деятельность
4. Эксплеренты	г) крупные компании, имеющие широкую диверсифицированную деятельность

20. Назовите общие стратегии организации:

- а) стратегия стабильности;
- б) стратегия фокусирования;
- в) стратегия роста;
- г) стратегия дифференциации;
- д) стратегия сокращения.

21. Назовите факторы для определения позиции бизнеса в матрице Мак-Кинси:

- а) стратегическое положение фирмы;
- б) уровень конкурентоспособности;
- в) привлекательность рынка;
- г) темп роста рынка;
- д) рыночная доля фирмы.

22. Назовите этапы жизненного цикла предпринимательской фирмы:

- а) оживление;
- б) формирование;
- в) рост;
- г) подъем;
- д) равновесное функционирование;
- е) депрессия;
- ж) спад.

23. Назовите функциональные стратегии организации:

- а) стратегия стабильности;
- б) стратегия НИОКР;
- в) производственная стратегия;
- г) стратегия дифференциации;
- д) финансовая стратегия;
- е) стратегия сокращения;
- ж) стратегия управления персоналом;
- з) стратегия ликвидации;
- и) маркетинговая стратегия.

24. Маркетинг – это:

- а) производить то, что нужно потребителю и продаваемо;
- б) продавать то, что уже произведено без учета предпочтений потребителей.

25. Какую систему представляет собой маркетинг:

- а) производственную;
- б) сбытовую;
- в) производственно-сбытовую.

26. Маркетинг начинается:

- а) с разработки и производства товара;
- б) с изучения рынка и запросов потребителей;
- в) с информационной рекламной кампании.

27. Содержание и последовательность видов деятельности в рамках маркетинга:

- а) МП-СБ;
- б) ИП-МП- СС-СБ;
- в) МП-СС-СБ,

(ИП – изучение потребителей, СБ – сбыт, МП – массовое производство, СС – стимулирование сбыта)

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

- а) на рынки с высокой эластичностью спроса;
- б) на рынки с низкой эластичностью спроса.

29. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос:

- а) рынок продавца;
- б) рынок покупателя.

30. При высокой эластичности спроса как зависит объем продаж от уровня цен:

- а) цены понижаются незначительно – объем продаж увеличивается;
- б) цены понижаются значительно – объем продаж существенно не растет;
- в) цены понижаются – объем продаж не меняется.

31. Ремаркетинг связан с:

- а) негативным спросом;
- б) снижающимся спросом;
- в) иррациональным спросом;
- г) отсутствием спроса;
- д) чрезмерным спросом.

32. Конверсионный маркетинг связан с:

- а) негативным спросом;
- б) потенциальным спросом;
- в) колеблющимся спросом;
- г) полным спросом;
- д) иррациональным спросом.

33. Вид конкуренции, играющий решающую роль на рынках готовой продукции развитых стран:

- а) ценовая;
- б) неценовая.

34. Основные недостатки личных продаж:

- а) контакты в процессе личных продаж не так хорошо запоминаются потребителем, как рекламные сообщения;
- б) агент, осуществляющий личные продажи, не в состоянии сообщить всю необходимую информацию о товаре и фирме;
- в) персональные продажи – очень дорогое средство продвижения товара с точки зрения расходов на один контакт;
- г) персональные продажи не обеспечивают немедленную обратную связь;
- д) персональные продажи несовместимы с другими видами деятельности по продвижению товара на рынок.

35. «Сейлз промоушен» лучше всего определить, как:

- а) вид деятельности, направленный на формирование у посредников, продавцов и покупателей стимулов к приобретению товара;
- б) рекламную и пропагандистскую кампанию;
- в) организацию личных продаж;
- г) периодическую активность по увеличению объема продаж в краткосрочном аспекте.

36. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- а) компаний, приобретающих товары для их последующей реализации потребителям;
- б) покупателей, приобретающих товары для личного потребления;
- в) людей, приобретающих товары для продажи;
- г) отдельных лиц, приобретающих промышленные товары;
- д) фирм-производителей готовой продукции.

37. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:

- а) внедрения;
- б) спада;
- в) зрелости;
- г) роста.

38. Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители проживают конкретно в одном районе, какой метод продвижения товара она будет в основном использовать:

- а) рекламу;
- б) личные продажи;
- в) паблик рилейшнз;
- г) стимулирование сбыта.

39. Что относится к географическим критериям сегментации рынка потребительских товаров:

- а) возраст;
- б) плотность населения;
- в) уровень дохода;
- г) климатические условия;
- д) политическое устройство.

40. Опрос как метод сбора первичной информации включает:

- а) личное собеседование;
- б) анкетирование;
- в) тест рынка.

41. Что относится к демографическим критериям сегментации рынка потребительских товаров:

- а) возраст;
- б) степень урбанизации;
- в) уровень дохода;
- г) интенсивность потребления;
- д) стадия жизненного цикла семьи.

42. Что относится к социально-экономическим и культурным критериям сегментации рынка потребительских товаров:

- а) профессия;
- б) степень урбанизации;
- в) уровень дохода;
- г) национальность;
- д) стадия жизненного цикла семьи.

43. Что относится к поведенческим критериям сегментации рынка потребительских товаров:

- а) интенсивность потребления;
- б) степень урбанизации;
- в) уровень дохода;
- г) искомые выгоды;
- д) уровень лояльности потребителя.

44. Кабинетные исследования включают:

- а) анализ потенциала фирмы;
- б) проведение пробных продаж;
- в) анкетирование;
- г) анализ конкурентов;
- д) анализ макро- и микросреды фирмы.

45. К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы?

- а) кабинетные исследования;
- б) полевые исследования.

46. К факторам микросреды маркетинга относятся:

- а) демографические факторы;
- б) сама фирма (организация);
- в) клиенты;
- г) контактные аудитории;
- д) конкуренты;
- е) политические факторы;
- ж) экономические факторы;
- з) маркетинговые посредники;
- и) поставщики.

47. Сегментация – это:

- а) разделение потребителей на однородные группы;
- б) определение места для своего товара в ряду аналогов.

48. Контактная аудитория фирмы:

- а) поставщики;
- б) конкуренты;
- в) финансовые круги и государственные учреждения;
- г) средства массовой информации;
- д) клиентура;
- е) собственные рабочие и служащие.

49. Основные факторы макросреды:

- а) экономические условия;
- б) демографические данные;
- в) политические факторы;
- г) потребители;
- д) природные условия;
- е) возможности фирм-производителей.

50. Какие внекабинетные (полевые) методы исследования рынка используются специалистами по маркетингу?

- а) наблюдение;
- б) опрос;
- в) экспертные оценки;
- г) анализ справочной литературы;
- д) все вышеуказанные.

51. Расположите в правильном порядке этапы процесса принятия решения о покупке:

- а) оценка информации;
- б) покупка;
- в) осознание потребности;
- г) решение о покупке;
- д) сбор информации;
- е) оценка после приобретения.

52. При высокой эластичности спроса как зависит объем продаж от уровня цен:

- а) цены понижаются незначительно – объем продаж увеличивается;
- б) цены понижаются значительно – объем продаж существенно не растет;
- в) цены понижаются – объем продаж не меняется.

**Тема 5. УПРАВЛЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕМ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФИРМЫ**

ОБСУЖДАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

1. Технологические и организационные задачи обеспечения функционирования фирмы на начальном этапе.
2. Разработка внутреннего регламента предпринимательской фирмы.
3. Наем высшего управленческого персонала фирмы. Предпринимательство и менеджмент.

Тестовые задания

1. Формальная группа отличается от неформальной группы тем, что:

- а) создается под частную конкретную цель;
- б) ее цели всегда конкретны и документально зафиксированы;
- в) возникает спонтанно под влиянием действий руководства;
- г) члены группы избирают лидера.

2. Специалисты появились вследствие:

- а) вертикального разделения труда;
- б) эволюции системы управления;
- в) структурного разбиения организации;
- г) горизонтального разделения труда.

3. Матричная структура позволяет обеспечить:

- а) полную прозрачность в распределении обязанностей;
- б) гибкость в использовании линейных руководителей;
- в) ориентацию основных производственных единиц на рынок;
- г) быструю разработку новых изделий для производства.

4. Проблема определения нормы управляемости состоит в определении числа:

- а) функциональных отделов, которыми может успешно управлять один заместитель;
- б) подчиненных у одного руководителя;
- в) заместителей у директора;
- г) руководителей в системе управления.

5. Линейные полномочия строятся по принципу:

- а) подчинение нижестоящих уровней вышестоящим уровням;
- б) я больше знаю, я советую;
- в) мы делаем общее дело, поэтому решаем вместе;
- г) каждый делает свое дело и потому независим.

6. На структурных схемах линейные полномочия отражаются ... линией:

- а) цветной;
- б) пунктирной;
- в) сплошной;
- г) воображаемой.

7. Разделение труда в сфере управления происходит по:

- а) вертикали и горизонтали;
- б) уровням иерархии;
- в) группам;
- г) функциям.

8. Функциональный руководитель ... :

- а) имеет право принимать окончательные решения;
- б) помогает линейному руководителю принимать качественные решения;
- в) отвечает за все аспекты деятельности структурной единицы;
- г) не имеет право подписывать документы.

9. Число подчиненных у руководителя зависит от:

- а) уровня иерархии;
- б) типа функции (основная, вспомогательная, обслуживающая);
- в) вида организации;
- г) занимаемой должности.

10. Проблема определения нормы управляемости возникает при:

- а) вертикальном разделении труда;
- б) горизонтальном разделении труда;
- в) групповой работе;
- г) обособлении управленческих функций.

11. Норма управляемости зависит от:

- а) уровня иерархии;
- б) вида организации (производственная, коммерческая и т.д.);
- в) числа подчиненных;
- г) типа производства.

12. Производственные единицы при дивизиональной структуре не могут специализироваться по:

- а) продукту;
- б) региону;
- в) потребителям;
- г) отрасли.

13. На структурных схемах функциональные полномочия ...:

- а) отражаются сплошной линией;
- б) отражаются только на уровне производственных единиц;
- в) не отражаются, но подразумеваются;
- г) отражаются только на очень подробных схемах.

14. Термин «диапазон контроля» характеризует:

- а) сферу ответственности;
- б) численность подчиненных;
- в) властные полномочия;
- г) функциональные обязанности.

15. Основная особенность матричной структуры связана с:

- а) высокой управленческой культурой персонала;
- б) более полной загрузкой оборудования;
- в) введением горизонтальных связей;
- г) низкими издержками на персонал.

16. Лучший результат в условиях централизованного управления дает ... структура:

- а) матричная;
- б) линейно-функциональная;
- в) дивизиональная;
- г) проектная.

17. Лучший результат в условиях управления диверсифицированной фирмой дает ... структура:

- а) традиционная;
- б) матричная;
- в) дивизиональная;
- г) проектная.

18. Организационная структура – это:

- а) перечень подразделений формальной организации;
- б) документ, закрепляющий определенный способ группировки и соподчинения формальных групп в организации;
- в) документ, закрепляющий распределение функциональных обязанностей в организации;
- г) одна из имитационных моделей организации.

19. Дивизиональная структура позволяет обеспечить:

- а) ориентацию основных производственных единиц на рынок;
- б) полную прозрачность в распределении обязанностей;
- в) быструю разработку новых изделий для производства;
- г) гибкость в использовании высококвалифицированных специалистов.

20. Норма управляемости определяется по следующему закону:

- а) чем больше уровней иерархии, тем разнообразнее норма;
- б) не для каждого уровня иерархии следует рассчитывать свою норму;
- в) чем больше норма, тем экономически выгоднее система управления;
- г) чем ниже уровень иерархии, тем больше норма.

21. Организационная структура современной организации формируется исходя из:

- а) материальных возможностей владельцев фирмы;
- б) опыта и знаний руководителя;
- в) специфики организации, ее масштабов и принятой стратегии развития;
- г) знания положения дел в других аналогичных организациях.

22. Число уровней иерархии в системе управления определяется по:

- а) функциональным руководителям;
- б) линейным руководителям;
- в) коэффициенту управляемости;
- г) штатному расписанию.

23. Теория делит все полномочия на:

- а) линейные и функциональные;
- б) материальные и информационные;
- в) технологические и управленческие;
- г) формальные и неформальные.

24. Линейно-функциональная структура не может обеспечить:

- а) быструю разработку новых изделий;
- б) быстрое прохождение информации сверху вниз;
- в) четкость и ясность в распределении обязанностей;
- г) контроль снижения издержек.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большухина, И. С. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / И. С. Большухина. – М. : Вузовская книга, 2015. – 252 с.
2. Голубева, Т. М. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / Т. М. Голубева. – М. : Форум, 2017. – 205 с.
3. Голубева, Т. М. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Т. М. Голубева. – М. : Форум, НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с.
4. Гукова, О. Н. Основы предпринимательской деятельности в сфере сервиса (хозяйственные и правовые аспекты) : учебное пособие / О. Н. Гукова, Е. Н. Ястребова. – М. : Форум, 2016. – 480 с.
5. Крутик, А. Б. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / А. Б. Крутик. – М. : Академия, 2018. – 176 с.
6. Крутик, А. Б. Основы предпринимательской деятельности / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. – М. : Academia, 2018. – 176 с.
7. Мочерный, С. В. Основы организации предпринимательской деятельности : учебник для ВУЗов / С. В. Мочерный. – М. : Приор, 2006. – 224 с.
8. Панков, Д. А. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Н. П. Беляцкий, Д. А. Панков, Т. Н. Беляцкая ; под ред. Н. П. Беляцкий. – Мн. : БГЭУ, 2012. – 290 с.
9. Резник, С. Д. Основы предпринимательской деятельности : учебник / С. Д. Резник, А. А. Глухова, А. Е. Черницов. – М. : Инфра-М, 2019. – 80 с.
10. Основы предпринимательской деятельности: содержание деятельности, качества и компетенции / С. Д. Резник, Н. А. Назарова, И. В. Глухова и др. – М. : Инфра-М, 2012. – 352 с.
11. Чеберко, Е. Ф. Теоретические основы предпринимательской деятельности (макроэкономический аспект) : курс лекций / Е. Ф. Чеберко. – СПб. : СПбГУП, 2009. – 304 с.
12. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учебник и практикум / Е. Ф. Чеберко. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 420 с.
13. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) : учебник / Н. Ю. Круглова. – М. : КноРус, 2018. – 77 с.
14. Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства : учебник / Ю. Б. Рубин. – М. : МФПУ Синергия, 2016. – 464 с.
15. Самарина, В. П. Основы предпринимательства : учебное пособие / В. П. Самарина. – М. : КноРус, 2015. – 128 с.
16. Череданова, Л. Н. Основы экономики и предпринимательства / Л. Н. Череданова. – М. : Academia, 2019. – 64 с.

Учебное электронное издание

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Методические указания

Составители :

КОРОЛЬКОВА Елена Митрофановна
ПЧЕЛИНЦЕВА Ирина Юрьевна

Редактирование Е. С. Мордасовой
Графический и мультимедийный дизайнер Т. Ю. Зотова
Обложка, упаковка, тиражирование Л. В. Комбарово́й

Подписано к использованию 03.07.2023.
Тираж 50 шт. Заказ № 82

Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ»
392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 106, к. 14.
Тел./факс (4752) 63-81-08.
E-mail: izdatelstvo@tstu.ru