Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Управление личными финансами и бизнес-проектами

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

7 семестре

Введение

1. Назначение: фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения запланированные в образовательной программе результаты обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины (модуля) «Управление личными финансами и бизнес-проектами»

3. Разработчик: Карпенко К.В., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:

Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета

Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета

Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя

Носолева В.А., директор ООО «Финэкс»

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция:</i> ПК-5. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-5 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не совсем знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	В целом правильно знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-5 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не совсем реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	В целом правильно реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Грамотно реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-5 Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не совсем корректно владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	В целом правильно владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
<i>Компетенция:</i> ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	Не знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	Не совсем корректно понимает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта	В целом правильно понимает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта	Грамотно понимает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не совсем использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	В целом правильно использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Грамотно использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не совсем корректно владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	В целом правильно владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Грамотно владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

<i>Компетенция:</i> ПК-10. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Не знаком как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Не совсем знаком как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	В целом знаком как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Грамотно знаком с как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Не совсем корректно осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	В целом правильно осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Грамотно осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Не владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Не совсем корректно владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	В целом правильно владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Грамотно владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
<i>Компетенция:</i> ПК-13. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной деятельности корпоративной культуры.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-13 Особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не владеет особенностями внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не владеет особенностями внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. технологий	В целом владеет особенностями внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Грамотно владеет особенностями внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-13 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не совсем корректно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	В целом правильно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Грамотно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-13 Владеет навыками корпоративной культуры.	Не владеет навыками корпоративной культуры.	Не совсем владеет навыками корпоративной культуры.	В целом владеет навыками корпоративной культуры.	Грамотно владеет навыками корпоративной культуры.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения очная семестр 7	
1.		Предпринимательская деятельность	ПК-10
2.		Виды предпринимательской деятельности	ПК-10
3.		Организационно-правовая форма хозяйствующего субъекта	ПК-10
4.		Преимущества и недостатки индивидуального предпринимателя	ПК-10
5.		Преимущества и недостатки юридического лица	ПК-10
6.		Необходимые документы для регистрации ИП	ПК-10
7.		Предпринимательская деятельность и дееспособность человека	ПК-10
8.		Виды деятельности, подлежащие обязательному лицензированию	ПК-10
9.		Налоговые режимы используемые ИП	ПК-10
10.		Общий режим налогообложения	ПК-10
11.		Упрощенная система налогообложения	ПК-10
12.		Патентная система налогообложения	ПК-10
13.		Налог на профессиональный доход для самозанятых	ПК-10
14.		Права и обязанности налогоплательщика	ПК-10
15.		Налогообложение физических лиц	ПК-10
16.		<i>Для характеристики организационной структуры предприятию необходимо рассмотреть: а) основные подразделения и их функции; б) техническую обеспеченность подразделений; в) применяемую систему оплаты труда работников</i>	ПК-10
17.		<i>При описании продукции фирмы в бизнес-плане основное внимание уделяется: а) изменение цен на топливно-энергетические и другие ресурсы; б) видам реализуемой продукции и оказываемым услугам и их доходности;</i>	ПК-10
18.		<i>Тенденции развития рынка характеризуются следующим показателем: а) реализация (производство) новых видов продукции на рынке; б) прогнозируемым ростом объемов реализации в ближайшие 10 лет; в) прогнозируемыми ценами на продукцию (работы и услуги);</i>	ПК-10
19.		<i>Сегментирование рынка - это:</i>	ПК-10

		<i>а) деятельность по классификации потенциальных потребителей продукции в соответствии с количественной и качественной структурой спроса или их признаками, влияющими на спрос;</i> <i>б) деятельность по обслуживанию потребителей продукции;</i>	
20.		<i>При исследовании рынков потребительских товаров не учитывают этот признаки:</i> <i>а) географический или территориальный;</i> <i>б) демографический;</i> <i>в) социологический;</i>	ПК-10
21.		Основные причины возникновения разрыва по вине менеджмента	ПК-13
22.		Внешняя и внутренняя цель бизнес-плана	ПК-13
23.		Необходимость бизнес-плана	ПК-13
24.		Заинтересованность разработки бизнес-плана	ПК-13
25.		Выгоды и преимущества использования бизнес-планирования	ПК-13
26.		Барьеры препятствующие применению бизнес-планирования в процессе управления	ПК-13
27.		Факторы внутренних возможностей	ПК-13
28.		Анализ конкурентов	ПК-13
29.		План маркетинга	ПК-13
30.		Основные стратегические маркетинговые установки	ПК-13
31.		Комплекс маркетинга	ПК-13
32.		Стратегия ценообразования: внедрение на рынок	ПК-13
33.		Стратегия ценообразования: снятие сливок	ПК-13
34.		Стратегия ценообразования: специализация на конкретном сегменте	ПК-13
35.		Основные инструменты стимулирования посредников	ПК-13
36.		Этапы процесса личной продажи	ПК-13
37.		Формирование общественного мнения	ПК-13
38.		Методы формирования общественного мнения	ПК-13
39.		Издержки на маркетинг (бюджет маркетинга)	ПК-13
40.		Инвестиционные затраты	ПК-13
41.		Операционные конкурентные преимущества	ПК-13
42.		Организационный план	ПК-13
43.		Организационная структура управления	ПК-13

44.	Определите лишний раздел финансового плана: а) план доходов и расходов; б) план материально-технического снабжения; в) инвестиционный план	ПК-13
45.	Какой из показателей оценки коммерческой деятельности, отражающиеся в финансовом плане: а) производительность труда; б) рентабельность; в) мотивация.	ПК-13
46.	В каких условиях человек, скорее всего, захочет хранить больше ликвидных средств: а) после повышения процентных ставок; б) после продажи квартиры; в) перед возможным увольнением с работы; г) перед получением крупного наследства.	ПК-13
47.	Какие из нижеперечисленных доходов не надо принимать во внимание при составлении финансового плана: 1) заработная плата по основному месту работы; 2) еженедельная оплата по временному трудовому контракту на выполнении научно-исследовательской работы (НИР); 3) случайно найденные на улице 500 руб.; 4) ежемесячная оплата по договору НИР, который начнется примерно через полгода, и о котором говорил начальник, но пока сам договор еще не подписан; 5) ежемесячные платежи, которые вы получаете от сдачи гаража в аренду. Выберите наиболее полный и правильный ответ: а) 2, 4; б) 3; в) 2, 3, 4; г. 3, 4.	ПК-13
48.	Сбалансированный бюджет - это ситуация, когда: а) расходы равны доходам; б) расходы меньше доходов; в) расходы равны плановым доходам; г) плановые расходы равны плановым доходам	ПК-13
49.	Какие характеристики актива не может учесть инвестор при принятии инвестиционных решений: а) ликвидность; б) риск; в) реализованную доходность;	ПК-13

		г) ожидаемую доходность.	
50.		Какой класс активов из перечисленных имеет максимальный риск: а) золото; б) облигации; в) обыкновенные акции; г) производные финансовые инструменты.	ПК-13
51.		Этапы и сущность планирования бизнеса.	ПК-5
52.		Цели и планы в бизнес организации. Их уровни и значение.	ПК-5
53.		Предмет и объект планирования.	ПК-5
54.		Цели и планы в бизнесе организации.	ПК-5
55.		Роль бизнес-планирования при организации нового предприятия	ПК-5
56.		Функции бизнес-плана при управлении бизнесом	ПК-5
57.		Ключевые компоненты типового бизнес-плана	ПК-5
58.		Бизнес-план - это: а) совокупность нормативных документов, регламентирующих деятельность фирмы; б) рабочий документ, представляющий собой общую стратегию деятельности фирмы на определенном рынке	ПК-5
59.		Бизнес-план необходим: а) при разработке проектов создания организации; б) при ликвидации фирмы; в) при смене организационно-правовой формы фирмы	ПК-5
60.		На какой срок разрабатывается бизнес-план: а) более пяти лет; б) три-пять лет; в) более десяти лет	ПК-5
61.		Виды разделов типового бизнес-плана	ПК-8
62.		Назовите общие требования к проектной команде и формализация ее деятельности	ПК-8
63.		Охарактеризуйте типы руководителей проекта и способы руководства	ПК-8
64.		Назовите особенности мотивации участников проектной деятельности	ПК-8
65.		Охарактеризуйте способы сплочения команды	ПК-8
66.		Назовите основные подходы к управлению стоимостью проекта	ПК-8
67.		Методология планирования	ПК-8
68.		Подходы к организации процесса планирования	ПК-8

69.		Стратегическое планирование	ПК-8
70.		Этапы стратегического планирования	ПК-8
71.		Охарактеризуйте сущность и особенности личных финансов	ПК-8
72.		Назовите функции личных финансов	ПК-8
73.		Перечислите доходы личного бюджета	ПК-8
74.		Перечислите расходы личного бюджета	ПК-8
75.		Охарактеризуйте правила управления личными финансами индивида (семьи)	ПК-8
76.		Маркетинг - это: а) это процесс определения спроса покупателя на продукцию или услуги, мотивация их продаж и распределение конечному потребителю ради получения прибыли; б) это результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий	ПК-8
77.		Какой из перечисленных вопросов описания стратегии маркетинга является лишним: а) какая группа заказчиков будет планироваться для первоначальной реализации продукции, работ и услуг и для дальнейших действий по сбыту; б) как будут определяться потенциальные инвесторы и устанавливаться контакт с ними; в) какие характерные свойства продукции, работ и услуг следует подчеркнуть, чтобы заказчик решил приобрести их	ПК-8
78.		Что из перечисленного не относится к элементам стратегии маркетинга: а) методы стимулирования сбыта и рекламу; б) формирование общественного мнения о фирме и её продукции; в) планирование объемов производства;	ПК-8
79.		К коммерческому виду риска не относится: а) низкие объёмы реализации продукции; б) предварительная оценка рентабельности работ; в) неплатежи за продукцию	ПК-8
80.		Внутрифирменный риск не включает в себя: а) падение спроса на продукцию; б) ошибки менеджеров; в) утечка коммерческой информации	ПК-8

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на требованиях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, а также если он свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, но допустил незначительные ошибки. То есть студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент полностью справился с теоретическим заданием, но не показал умения и навыки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не справился с заданиями и не проявляет значительной активности в собеседовании, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями участвует в собеседовании, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.