

**Фонд оценочных средств**  
**для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**  
**по учебной дисциплине**  
**СГ.06 Основы финансовой грамотности**  
**по специальности**  
**19.02.13 Технология продуктов общественного питания массового**  
**изготовления и специализированных пищевых продуктов**

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших рабочую программу учебной дисциплины СГ.06 Основы финансовой грамотности

ФОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

ФОС разработан на основе:

– федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) по специальности 19.02.13 Технология продуктов общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов

– рабочей программы учебной дисциплины Основы финансовой грамотности Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется в двух основных направлениях: оценка уровня освоения учебных дисциплин; оценка компетенций обучающихся.

Контролируемые компетенции:

ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

**уметь:**

– 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;
- 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 запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов;
- анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;
- вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;
- калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;
- рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,
- рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;
- планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;
- выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;
- управлять конфликтами и стрессами в организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;
- анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;
- составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса;
- анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;
- прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню;
- анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;
- грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);
- проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих

и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса.

**знать:**

- 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 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 относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;
- понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;
- источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,
- учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;
- понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы

формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;

- требования к реализации продукции общественного питания;
- количественный и качественный состав персонала организации;
- показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;
- формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;
- состав издержек производства и обращения организаций ресторанного бизнеса;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанного бизнеса;
- основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;
- понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;
- сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;
- налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанного бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;
- понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;
- сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- стили управления;
- способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала
- правила делового общения в коллективе;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
- понятие сегментация рынка;
- методы проведения маркетинговых исследований;
- понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);
- организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса.

Форма промежуточной аттестации освоения учебной дисциплины – дифференцированный зачет

## 2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ КУРСА

Предметом оценки освоения междисциплинарного курса являются общие и профессиональные компетенции, умения, знания, практический опыт, способность применять их в практической деятельности и повседневной жизни.

Соотношение типов задания и критериев оценки представлено в таблице

№	Тип (вид) задания	Критерии оценки
1	Тесты	Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений
2	Устные ответы	Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов
3	Практическая работа	Выполнение не менее 80% - положительная оценка
4	Проверка конспектов, рефератов, творческих работ, презентаций	Соответствие содержания работы заявленной теме; правилам оформления работы

**Таблица 1**

### Шкала оценки образовательных достижений (тестов)

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
89 ÷ 80	4	хорошо
79 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

**Таблица 2**

### Критерии и нормы оценки устных ответов

«5»	за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором обучающиеся легко ориентируются, за умение связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логическое изложение ответа
«4»	если обучающийся полно освоил материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает ответ, но содержание,

	форма ответа имеют отдельные недостатки
«3»	если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения
«2»	если обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

## Материалы текущего контроля успеваемости

### Задания в тестовой форме

#### Вариант I

**Инструкция:** Выберите один правильный ответ. Один правильный ответ соответствует 1 баллу.

**Как соотносятся понятия «управление» и «менеджмент»:**

1. понятие «менеджмент» шире;
2. понятие «управление» шире;
3. понятия «менеджмент» и «управление» идентичны;
4. понятие «управление» является более узким.

**Менеджмент как умение, талант управлять людьми признается:**

5. искусством;
6. процессом;
7. функцией;
8. аппаратом управления.

**В самостоятельную область знаний менеджмент выделился:**

9. в V тысячелетии до н.э.;
10. на рубеже XIX – XX веков;
11. в XVII веке;
12. в XVIII веке.

**Методы управления организацией (предприятием) основанные на личной, материальной заинтересованности сотрудников в результатах труда:**

13. социально-психологические;
14. организационно-распорядительные;
15. экономические;
16. административные.

**Какой стиль следует использовать менеджеру, чтобы достичь результатов в экстремальных условиях?**

17. все стили управления;
18. либеральный;
19. демократический;

20. авторитарный.

**Профессиональный управляющий организацией, структурным подразделением в условиях рынка:**

- 21. бизнесмен;
- 22. предприниматель;
- 23. менеджер;
- 24. директор.

**Процесс побуждения себя и других к эффективной деятельности для достижения определенных целей:**

- 25. организация;
- 26. мотивация;
- 27. контроль;
- 28. планирование.

**К факторам внешней среды прямого воздействия относятся:**

- 29. научно-технический прогресс;
- 30. состояние экономики;
- 31. конкуренты;
- 32. политика.

**Управление крупными, территориально удаленными предприятиями обеспечивают:**

- 33. линейные организационные структуры управления;
- 34. функциональные организационные структуры управления;
- 35. дивизиональные организационные структуры управления;
- 36. линейно-функциональные организационные структуры управления.

**Какое из представленных качеств является необходимым свойством менеджера:**

- 37. лесть (обман);
- 38. умение обосновывать и принимать решения;
- 39. придирчивость;
- 40. правдивость.

**К каналам личной коммуникации можно отнести**

- 41. общение одного лица с аудиторией;
- 42. прямую почтовую рекламу;
- 43. рекламу по телевидению;
- 44. печатную рекламу

**Прямой маркетинг это**

- 45. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- 46. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- 47. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
- 48. благожелательное представление товара в СМИ.

**К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению**



- 49. товары импульсной покупки;
- 50. товары особого спроса;
- 51. товары постоянного спроса;
- 52. товары предварительного выбора.

**Затраты организации на рекламу составляют**

- 53. 1% от суммы продаж;
- 54. 2-10% от суммы продаж;
- 55. 20% от суммы продаж;
- 56. зависит от вида хозяйственной деятельности организации.

**Согласно теории мотивации А.Маслоу в первую очередь индивид стремится удовлетворить**

- 57. потребность в любви;
- 58. потребность в безопасности;
- 59. физиологические потребности;
- 60. потребность в саморазвитии.

## **Вариант II**

**Инструкция:** Выберите один правильный ответ. Один правильный ответ соответствует 1 баллу.

**Основателем административной школы управления является:**

- 1. А. Файоль;
- 2. Ф. Тейлор;
- 3. М. Фоллетт;
- 4. П. Друкер.

**Менеджмент как система программно-целевого управления ресурсами предприятия реализуется в:**

- 5. в технических системах;
- 6. в естественных системах;
- 7. в социально-экономических системах;
- 8. в биологических системах.

**В основе, каких организационных структур заложен принцип единоначалия:**

- 9. матричных;
- 10. бригадных;
- 11. линейных;
- 12. программно-целевых.

**Универсальные принципы управления организацией сформулировал:**

- 13. Ф. Тейлор;
- 14. А. Файоль;
- 15. А. Маслоу;
- 16. П. Друкер.

**Место для всего и все на своем месте предопределяет принцип:**

- 17. порядка;
- 18. справедливости;

- 19. скалярной цепи;
- 20. вознаграждения.

**Система управления, направленная на «выжимание из человека всех его сил и возможностей»:**

- 21. «файолизм»;
- 22. «тейлоризм»;
- 23. «масленизм»;
- 24. «друкеризм».

**Для управления малыми предприятиями, с узким ассортиментом продукции и отработанной технологией используют:**

- 25. линейную организационную структуру;
- 26. дивизиональную организационную структуру;
- 27. матричную организационную структуру;
- 28. штабную организационную структуру.

**Методы управления организацией основанные на использовании приказов, распоряжений:**

- 29. экономические;
- 30. социальные;
- 31. организационно-распорядительные;
- 32. психологические.

**Функция управления, предполагающая определение последовательности действий:**

- 33. планирование;
- 34. организация;
- 35. мотивация;
- 36. контроль.

**Творческий акт, направленный на выбор пути преодоления управленческой проблемы:**

- 37. управленческое решение;
- 38. управленческая функция;
- 39. управленческий указ;
- 40. управленческая задача.

**Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами**

- 41. прямого маркетинга;
- 42. пропаганды;
- 43. рекламы;
- 44. стимулирования сбыта.

**Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка**

- 45. изучение товара;
- 46. изучение рынка;
- 47. изучение покупателей;
- 48. изучение конкурентов.

**Технология PR включает**

49. анализ исследования и постановку задач;  
50. разработку программы и сметы;  
51. осуществление программы, оценку результатов, доработку программы;

52. все вышеперечисленное.

**В чем основное отличие рынка товаров промышленного производства от рынков товаров широкого потребления**

53. на нем меньше покупателей, они крупнее и профессиональнее;  
54. спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления;

55. спрос на товары резко меняется;

56. спрос на товары не формируется.

**К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы**

57. кабинетное исследование;

58. панельное исследование;

59. полевое исследование;

60. пилотное исследование.

### **Вариант III**

**Инструкция:** Выберите один правильный ответ. Один правильный ответ соответствует 1 баллу.

**Чье учение стало первым систематизированным подходом в истории управленческой мысли:**

1. А. Файоля;
2. Ф. Тейлора;
3. М. Фоллетт;
4. Д. Гетти.

**Какое государство является родиной менеджмента:**

5. Франция;
6. США;
7. Россия;
8. Германия.

**Какая научная школа в качестве основного объекта исследования имела эффективное использование человеческих ресурсов:**

9. административная;
10. научная;
11. количественных отношений;
12. школа поведенческих наук.

**Представители, какой научной школы впервые описали принцип управления – единоначалие:**

13. административной;
14. научной;
15. школы поведенческих наук;

16. школы человеческих отношений.

**Где преимущественно следует использовать понятие "менеджмент":**

17. в биологических системах;

18. в предпринимательских структурах;

19. в социально-экономических системах;

20. в естественных структурах.

**Кто стоял у истоков школы научного управления:**

21. А. Файоль;

22. Д. Гетти;

23. М. Фоллетт;

24. Ф. Тейлор.

**Кто из ученых внес наибольший вклад в развитие классической, или административной школы управления:**

25. А. Файоль;

26. Д. Гетти;

27. М. Фоллетт;

28. Ф. Тейлор.

**Что такое менеджмент:**

29. теория и практика управления;

30. главный принцип управления;

31. исключительно теория управления;

32. исключительно практика управления.

**Представители, какой научной школы ратовали за повышение заботы руководителей о подчиненных:**

33. школы человеческих отношений;

34. школы научного управления;

35. административной школы;

36. школ науки управления или количественный подход.

**Конкретное конечное состояние или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе:**

37. цель;

38. задача;

39. миссия;

40. видение.

**Нужда становится мотивом покупки когда**

41. человек удовлетворяет ее;

42. она достигает максимального уровня;

43. в процессе ее удовлетворения;

44. с момента ее появления.

**Стратегия диверсификации это**

45. проникновение на рынки со старым товаром;

46. проникновение на новые рынки с новым товаром;

47. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия;

48. реализация на рынке товаров.

**Эффективность «Директмэйл» составляет**

49. 10%

50. 20%

51. 15%

52. 7%

**В случае, если потребитель знает только название товара, он находится в состоянии**

53. неосведомленности;

54. осведомленности;

55. благорасположения;

56. знания.

**Позиционирование рынка это**

57.определение места для своего товара в ряду аналогов;

58. сегментирование рынка;

59. широкомасштабная рекламная компания;

60. узко масштабная рекламная компания.

**Эталоны ответов к заданиям:**

**Вариант I**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60

**Вариант II**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60

**Вариант III**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50

51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

**Практические задания:**  
**Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения**

**Практическое задание №1.**

Произведите анализ приведенных в таблице целей различных коммуникаций. Определите, какие из них ставят перед собой нисходящие, восходящие, горизонтальные и диагональные коммуникации, и заполните таблицу.

1	Постановка задач исполнителям	
2	Координация работ подразделений аппарата управления	
3	Получение достоверной информации о конечных результатах работы	
4	Интеграция усилий подразделений аппарата управления для решения комплексных проблем	
5	Обеспечение обратной связи о полученных заданиях	
6	Обеспечение обратной связи для оценки результатов работы	
7	Эффективное использование всех видов ресурсов в организации	
8	Разрешение межгрупповых конфликтов в организации	
9	Изучение мнения коллектива по интересующей проблеме	
10	Обмен информацией	
11	Обеспечение социальной поддержки подчиненных	
12	Инструктирование по выполнению работы	
13	Разрешение внутригрупповых конфликтов	
14	Повышение оперативности решения управленческих проблем	

**Эталоны ответов:**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Н	Г	В	ГД	В	НВ	НГД	ГВ	В	Г	Н	Н	НВ	НГВД

**Практическое задание №2.**

Произведите анализ приведенных в таблице помех, возникающих в процессе общения. Определите проявлением, какого барьера является каждая из них. Заполните таблицу.

1	Различное понимание одних и тех же жестов людьми из разных стран	
2	Фильтрация информации	
3	Жаргон, используемый в рабочей группе	

4	Наличие большого числа уровней в структуре управления	
5	Частое употребление в речи выражений «так сказать», «вот», «так» и пр.	
6	Отсутствие у руководителя времени на то, чтобы выслушать каждого подчиненного	
7	Расстояние между общающимися более 50 метров	
8	Психологическая несовместимость общающихся	
9	Отсутствие регламентов деятельности работников и подразделений аппарата управления	
10	Различное понимание одних и тех же слов, выражений	
11	Неумение слушать собеседника	
12	Различное восприятие дистанции между общающимися представителями разных стран	

Эталоны ответов:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ком	Лич	Ком	Орган	Лич	Врем	Физич	Лич	Орган	Ком	Лич	Ком

У-3 Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг

Практическое задание №1

Цена на сельскохозяйственную продукцию возросла на 30%, а спрос на 50%. Эластичен ли спрос?

Практическое задание №2

Выберите любого сельскохозяйственного производителя, опишите номенклатуру и ассортимент товаров, предлагаемые данным субъектом, укажите их характеристики.

Практическое задание №3

Подберите признаки сегментирования потребителей такого товара как автомобили.

Критерии оценивания заданий:

Время выполнения заданий - 90 минут

За правильный ответ на вопросы или верное решение задачи выставляется положительная оценка - 1 балл. За неправильный ответ на вопросы или неверное решение задачи выставляется отрицательная оценка — 0 баллов.

Эквивалент отметки тестовых заданий:

«5» - 9-10 баллов;

«4» - -8 баллов;

«3» - 5-6 баллов;



«2» - 4 и менее баллов.

Критерии оценивания выполнения практического задания:

- знание терминологии;
- скорость выполнения;
- правильность трактовки выполнения;
- способность нестандартно мыслить;
- количество предложенных вариантов решения поставленной задачи.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Понятие экономики. Предмет, методы, функции, структура, взаимосвязь с другими науками. Производство как процесс создания полезного продукта.
2. Факторы производства, их классификация. Производственные возможности общества и ограниченность ресурсов.
3. Рынок, понятие и виды, инфраструктура и конъюнктура рынка, элементы рыночного механизма (спрос и предложение, рыночные цены, конкуренция). Монополия, антимонопольное законодательство.
4. Закон спроса и предложения. Факторы, влияющие на спрос и предложение. Рыночное равновесие. Равновесная рыночная цена. Эластичность спроса и предложения.
5. Виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства). Признаки отрасли общественного питания, ее роль и значение в экономике страны.
6. Понятие организации, краткая характеристика, классификация, цели и задачи деятельности.
7. Организационно-правовые формы предприятий, установленные ГК РФ, виды и особенности, достоинства и недостатки.
8. Функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия.
9. Организация учета на предприятии питания: объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификация, требования к оформлению документов, понятие инвентаризации и правила проведения.
10. Права и обязанности главного бухгалтера предприятия общественного питания
11. Ресурсы организации. Понятие основных фондов, их роль в процессе производства, основы классификации, понятие износа, виды оценки, понятие амортизации основных и методика ее расчета. НМА.
12. Понятие оборотных средств, их роль в процессе производства, принципы классификации.
13. Показатели эффективности использования ресурсов.

14. Товарные запасы, их виды и роль в общественном питании. Источники снабжения сырьём, продуктами и тарой. Понятие товарооборачиваемости. Продуктовый баланс ПОП
15. Понятие и классификация издержек производства и реализации в организациях питания.
16. Факторы, влияющие на уровень издержек в общественном питании. Выявление резервов снижения затрат на производство и обращение, политика предприятия по снижению издержек.
17. Учет затрат по экономическим элементам в системе управленческого учета
18. Понятие себестоимости продукции в общественном питании. Расходы предприятий, не включаемые в издержки производства и обращения.
19. Политика государства в области оплаты труда. Затраты на оплату труда, формирование фонда оплаты труда, определение средней заработной платы.
20. Понятие цены, ее элементы. Классификация цен и система цен. Методы ценообразования.
21. Ценообразование на предприятиях общественного питания. Виды цен и порядок их утверждения. Понятие калькуляции в организациях ресторанного бизнеса
22. Понятия «производственная мощность» и «производственная программа», их содержание, назначение.
23. Экономическое содержание товарооборота предприятий питания, его классификация.
24. Планирование и анализ товарооборота и оборота по выпуску продукции собственного производства и полуфабрикатов
25. Валовой доход организации питания, его сущность и значение, источники образования.
26. Прибыль: понятие, назначение, функции и виды. Порядок распределения и использования прибыли.
27. Рентабельность: понятие и показатели рентабельности. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность
28. Сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу.
29. Виды предпринимательских рисков и их страхование
30. Порядок регистрации и ликвидации предприятий. Сущность банкротства, его причины и признаки, способы предотвращения
31. Инновационная деятельность и инвестиционная политика организации: понятие, цели и задачи.
32. Использование кредитов банков в хозяйственной деятельности. Понятие и принципы кредитования.
33. Виды кредитов, предоставляемых юридическим лицам
34. Бизнес-планирование и его роль в условиях рыночной экономики. Виды бизнес-планов, структура бизнес-плана, методика составления.

35. Налоговая система РФ. Налогообложение организаций питания. Виды налогов и отчислений, уплачиваемых организацией
36. Понятие менеджмента условия и предпосылки его возникновения. Современные подходы в менеджменте и принципы управления. Особенности управления в организациях питания.
37. Цикл менеджмента, характеристика функций цикла и их взаимосвязь.
38. Организация, планирование, контроль и мотивация как функции управления. Понятие, назначение и виды
39. Планирование, его значение, цели, принципы, методы и этапы. Виды планов в организации ресторанного бизнеса. Миссия организации, понятие и содержание.
40. Система методов управления на предприятиях общественного питания (организационные, административные, экономические, социально-психологические). Управленческое решение: понятие, виды.
41. Методы принятия управленческого решения. Этапы принятия и реализации решений. Делегирование полномочий.
42. Сущность управления персоналом на предприятиях общественного питания. Должностные инструкции и профессиональные стандарты.
43. Определение потребности в персонале, перестановка, обучение, аттестация, мотивация, создание команды на производстве.
44. Количественный и качественный состав трудовых ресурсов организаций питания. Показатели движения кадров. Техническое нормирование труда. Показатели и резервы роста производительности труда в организациях питания. Мотивация труда
45. Коммуникация как функция менеджмента. Деловое общение, его характеристика, виды, функции и назначение.
46. Правила ведения бесед, совещаний, переговоров. Факторы и условия повышения эффективности делового общения. Фазы делового общения.
47. Деловое общение менеджеров с потребителями услуг общественного питания, руководством, подчиненными и коллегами по работе.
48. Управление конфликтами и стрессами. Понятие и классификация конфликтов, способы управления.
49. Стресс: природа и причины. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации. Самоменеджмент.
50. Планирование работы менеджера: рабочего дня, рабочей недели, организация рабочего места
51. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика.
52. Основные концепции развития маркетинга, их отличительные особенности. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Содержание маркетинговой деятельности.
53. Управление маркетингом и планирование маркетинговой деятельности в организации ресторанного бизнеса.
54. Понятие комплекса маркетинга и его разработка в организации питания. Товарная политика предприятия.

55. Понятие товара и услуги. Стратегия разработки новых товаров (меню). Жизненный цикл товара (услуги), цикл создания и освоения новых товаров (услуг) на предприятиях общественного питания.
56. Качество товаров и услуг как фактор конкурентоспособности предприятий, причины, оказывающие на них влияние. Понятие «петля качества». Стандарты системы качества ИСО-9000 (ISO-9000). Разработка нового товара (услуги).
57. Сбытовая политика предприятия.
58. Функции, методы, виды и задачи сбыта. Сбытовая политика в организации ресторанного бизнеса. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
59. Ценовая политика и ценовые стратегии организации. Разработка ценовой политики на предприятиях питания.
60. Методы продвижения товаров и услуг в маркетинге. Понятие позиционирования на рынке товаров и услуг. Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее виды. Средства рекламы.
61. Определение спроса и потребностей в услугах организаций ресторанного бизнеса. Емкость рынка.
62. Сегментирование рынка, факторы, влияющие на поведение покупателей, выбор целевого рынка организацией питания.
63. Методы и виды маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы исследования.
64. Наблюдение за потребителями. Экспертный опрос. Мозговой штурм. Изучение реакции респондентов. Количественные методы исследования. Опросы (анкетирование респондентов).
65. Технология и виды опросов в маркетинговых исследованиях. Выбор конкретных методов маркетинговых исследований в организациях питания. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях
66. Построение классической матрицы BCG и выработка стратегии на разных этапах ЖЦТ.
67. Определение фазы жизненного цикла товаров (меню) и услуг предприятий общественного питания, разработка маркетинговых мероприятий для продления ЖЦТ и продвижения организации ресторанного бизнеса на рынке.