

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.07.2026 14:26:59
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**КОМПЛЕКТ
ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.О.16 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль): Управление в международном гостиничном
бизнесе

Квалификация выпускника: бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Предпринимательская деятельность» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики
	УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
	УК-9.3. Владеет финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК 1.1 Определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
	ОПК 1.2. Осуществляет поиск и применяет технологические новации в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
	ОПК 1.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для анализа и прогнозирования экономических, социальных и производственных показателей, построения экономико-математических моделей в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-2. Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК 2.1. Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями организации сферы гостеприимства и общественного питания
	ОПК 2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания
	ОПК 2.3. Анализирует и решает организационно-технические, экономические, кадровые и социально-психологические задачи в управлении предпринимательской деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК 4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, конкурентов, потребителей, конкурентов
	ОПК 4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий
	ОПК 4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
ПК-9. Способен осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации	ПК-9.1 Выполняет расчет по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг
	ПК-9.2 Составляет проекты финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации на основе нормативно-правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации
	ПК-9.3 Использует методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники

7 семестр

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-9.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики.

1. Какой налоговый режим **не требует** сдачи бухгалтерской отчётности для ИП?

- а) ОСНО
- б) **УСН**
- в) Только ОСНО
- г) Все режимы требуют

2. Установите соответствие между налоговым режимом и его особенностью:

Режим	Особенность
1. УСН	а) Самозанятые платят 4% или 6% без отчётности
2. ПСН	б) Налог уплачивается за право вести деятельность по патенту
3. Налог на профдоход	в) Единый налог с дохода или «доходы минус расходы»

1–в, 2–б, 3–а

3. Основная цель государственной поддержки малого бизнеса — это _____.

Ответ: создание благоприятных условий для развития предпринимательства (или иной верный по смыслу ответ)

4. Какой из перечисленных факторов **не относится** к внешней среде проекта?

- а) Уровень инфляции
- б) Налоговое законодательство
- в) **Структура затрат самой команды проекта**
- г) Курсы валют

5. Государственная политика в сфере рекламы направлена на:

- а) Полное запрещение маркетинга
- б) **Защиту потребителей от недобросовестной информации**
- в) Поддержку только государственных компаний
- г) Увеличение налогов на рекламу

6. При выборе организационно-правовой формы проекта важно учитывать:

- а) Налоговую нагрузку
- б) Ответственность
- в) Требования к отчётности
- г) **Все вышеперечисленное**

УК-9.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики.

7. Если выручка проекта — 1 000 000 руб., переменные затраты — 600 000 руб., постоянные — 300 000 руб., то прибыль равна:

- а) **100 000 руб.**
- б) 0 руб.
- в) 400 000 руб.
- г) 700 000 руб.

8. Установите соответствие между показателем и формулой:

Показатель	Формула
1. Рентабельность	а) $(\text{Прибыль} / \text{Выручка}) \times 100\%$
2. Точка безубыточности	б) $\text{Постоянные затраты} / (\text{Цена} - \text{Переменные затраты})$
3. ROI	в) $(\text{Доход} - \text{Затраты}) / \text{Затраты} \times 100\%$

1–а, 2–б, 3–в

9. Для расчёта точки безубыточности нужно знать:

- а) Только выручку
- б) **Постоянные затраты, переменные затраты и цену**
- в) Только количество сотрудников
- г) Только налоги

10. Бюджет доходов и расходов (БДР) проекта на 2 года должен включать:

- а) Только зарплату основателя
- б) Только налоги
- в) **Прогноз выручки, расходов, прибыли по месяцам/кварталам**
- г) Только аренду офиса

11. Антикризисный план проекта предусматривает:

- а) Игнорирование рисков
- б) **Действия при снижении продаж, росте затрат или уходе ключевых клиентов**
- в) Увольнение всей команды
- г) Повышение цен в 2 раза

УК-9.3. Владеет финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.

12. Самозанятый гражданин в РФ платит налог на профессиональный доход по ставке:

- а) 13%
- б) 0%
- в) 20%
- г) **4% (с физлиц) или 6% (с юрлиц)**

13. Установите соответствие между финансовым инструментом и его назначением:

Инструмент	Назначение
1. Подушка безопасности	а) Планирование личных доходов и расходов
2. Бюджет	б) Покрытие расходов при потере дохода
3. Страховка	в) Защита от непредвиденных рисков

1–б, 2–а, 3–в

14. Если ежемесячный доход участника проекта — 80 000 руб., а расходы — 70 000 руб., сбережения составляют:

- а) 0 руб.
- б) **10 000 руб.**
- в) 70 000 руб.
- г) 80 000 руб.

15. Оптимизация личной налоговой нагрузки возможна через:

- а) **Выбор подходящего спецрежима (УСН, профдоход)**
- б) Соккрытие доходов
- в) Работу без регистрации
- г) Использование только наличных

ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания.

ОПК 1.1 Определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.

16. Какой из перечисленных признаков указывает на необходимость внедрения CRM-системы в кафе?

- а) Частые жалобы на потерянные заказы и отсутствие учёта постоянных клиентов
- б) Красивая вывеска
- в) Большое количество столов
- г) Наличие Wi-Fi

17. Установите соответствие между проблемой и возможным ИТ-решением в ресторане:

Проблема	Решение
1. Долгая подача блюд	а) Онлайн-заказ и оплата через сайт
2. Очереди у кассы	б) CRM-система или программа лояльности
3. Отсутствие данных о клиентах	в) Система управления кухней

1–в, 2–а, 3–б

18. Основной показатель, сигнализирующий о необходимости цифровизации процессов в гостинице, — это _____ загрузка номеров при высоких затратах на маркетинг.

Ответ: низкая

19. Установите соответствие между сферой и типом ИТ-потребности:

Сфера	Потребность
1. Кафе	а) Система бронирования и управления номерами
2. Гостиница	б) Система учёта столиков и заказов
3. Доставка еды	в) Мобильное приложение и трекинг заказа

1–б, 2–а, 3–в

20. При анализе бизнес-процессов ресторана выявлено, что официанты дважды вносят заказ — вручную и в систему. Это указывает на необходимость:

- а) Увеличения зарплат
- б) Автоматизации передачи заказа на кухню
- в) Сокращения меню
- г) Замены мебели

ОПК 1.2. Осуществляет поиск и применяет технологические новации в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.

21. Установите соответствие между задачей и ИТ-инструментом в HoReCa:

Задача	Инструмент
1. Управление складом	а) Яндекс.Метрика
2. Продвижение в соцсетях	б) VK Ads
3. Анализ посещаемости сайта	в) 1С: Отель/ 1С-Парус: Управление отелем

1–в, 2–б, 3–а

22. Если конкуренты используют чат-бота для бронирования столов, а ваш ресторан — только телефон, это означает:

- а) Ничего страшного
- б) Нужно уволить менеджера
- в) Следует отказаться от бронирований
- г) **Нужно внедрить аналогичную технологию для повышения удобства**

23. Установите соответствие между инновацией и её выгодой:

Инновация	Выгода
1. QR-меню	а) Снижение затрат на печать
2. Программа лояльности	б) Удобство для гостей и снижение нагрузки на персонал
3. Онлайн-бронирование	в) Повышение повторных визитов

1–а, 2–в, 3–б

24. При масштабировании сети кофеен важно внедрить:

- а) **Единое ПО для учёта, CRM и аналитики по всем точкам**
- б) Одинаковые кружки
- в) Одинаковую музыку
- г) Только одинаковый логотип

ОПК 1.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для анализа и прогнозирования экономических, социальных и производственных показателей, построения экономико-математических моделей в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.

25. Какой показатель помогает оценить эффективность рекламы ВКонтакте для кафе?

- а) Количество лайков
- б) Цвет аватара
- в) **CTR, стоимость лида и конверсия в посещение**
- г) Количество подписчиков

26. Установите соответствие между метрикой и её смыслом в HoReCa:

Метрика	Смысл
1. Средний чек	а) Средняя сумма одного заказа
2. LTV	б) Пожизненная ценность клиента
3. CAC	в) Стоимость привлечения одного клиента

1–а, 2–б, 3–в

27. Если средний чек — 800 руб., а переменные затраты — 400 руб., то маржинальный доход с одного клиента равен:

- а) 200 руб.
- б) **400 руб.**
- в) 800 руб.
- г) 1 200 руб.

28. При подготовке питч-презентации для инвестора важно показать:

- а) **Прогноз выручки, точки безубыточности и ROI на основе данных**
- б) Только красивые фото интерьера
- в) Только список блюд
- г) Только мнение друзей

ОПК-2. Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

ОПК 2.1. Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями организации сферы гостеприимства и общественного питания.

29. Какая из перечисленных целей **наиболее актуальна** для кухни ресторана?

- а) Увеличение количества лайков в ВКонтакте
- б) Сокращение времени подачи блюд при сохранении качества**
- в) Снижение зарплат официантам
- г) Замена мебели в зале

30. Установите соответствие между подразделением и его ключевой задачей:

Подразделение	Задача
1. Кухня	а) Обслуживание гостей и приём заказов
2. Зал	б) Привлечение новых клиентов
3. Маркетинг	в) Приготовление блюд в срок и по стандарту

1–в, 2–а, 3–б

31. Основная цель отдела доставки в кофейне — это _____ доставка заказов с минимальными издержками.

Ответ: своевременная/качественная/эффективная (или иной близкий по смыслу ответ)

32. При запуске нового формата (например, завтраки в гостинице) важно определить цели для:

- а) Только владельца
- б) Только уборщиков
- в) Только бухгалтерии
- г) Всех подразделений: кухни, зала, маркетинга, логистики**

33. Установите соответствие между целью и показателем её достижения:

Цель	Показатель
1. Повысить лояльность	а) Средняя сумма одного заказа
2. Снизить время ожидания	б) Среднее время подачи блюда
3. Увеличить средний чек	в) Количество повторных визитов

1–в, 2–б, 3–а

34. Цель «увеличить загрузку номеров на 20%» относится к подразделению:

- а) Кухня
- б) Бар
- в) Администрация / Отдел бронирования гостиницы**
- г) Уборка

ОПК 2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

35. Какой документ помогает координировать работу кухни и зала в ресторане?

- а) Личный дневник шефа
- б) Регламент работы сценария обслуживания (service flow)**
- в) Список музыки
- г) Меню на стене

36. Установите соответствие между функцией управления и её содержанием:

Функция	Содержание
1. Планирование	а) Распределение ролей и обязанностей
2. Организация	б) Постановка целей и распределение ресурсов
3. Контроль	в) Сравнение факта с планом и корректировка

1–б, 2–а, 3–в

37. Для контроля качества обслуживания в кафе можно использовать _____.

Ответ: чек-листы/ тайный визит/ отзывы клиентов (или иной близкий по смыслу ответ)

38. Если в час пик возникает очередь у кассы, менеджер должен:

а) Игнорировать — это нормально

б) Закрыть ресторан на обед

в) Уволить кассира

г) **Проанализировать процесс, добавить онлайн-оплату или вторую кассу**

39. Установите соответствие между ситуацией и методом управления:

Ситуация	Метод
1. Новые сотрудники	а) Введение стандартизированных инструкций
2. Сезонный спад	б) Аудит процессов и обучение персонала
3. Рост жалоб на кухню	в) Антикризисный план и акции

1–а, 2–в, 3–б

ОПК 2.3. Анализирует и решает организационно-технические, экономические, кадровые и социально-психологические задачи в управлении предпринимательской деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

40. Какой из перечисленных факторов **не относится** к кадровой проблеме в ресторане?

а) Высокая текучесть официантов

б) Отсутствие обучения новых сотрудников

в) **Наличие Wi-Fi для гостей**

г) Конфликты между кухней и залом

41. Установите соответствие между типом задачи и способом её решения:

Тип задачи	Решение
1. Организационно-техническая	а) Внедрение системы учёта склада
2. Экономическая	б) Пересмотр цен и себестоимости
3. Социально-психологическая	в) Командообразующие тренинги

1–а, 2–б, 3–в

42. Если средний чек упал на 15%, но количество гостей выросло, менеджер должен:

а) Радоваться росту

б) **Проанализировать состав заказов и скорректировать меню или продвижение**

в) Уволить повара

г) Поднять цены на всё сразу

43. Установите соответствие между проблемой и уровнем её решения:

Проблема	Уровень решения
1. Ошибки в заказах	а) Экономический (ценообразование, затраты)
2. Низкая прибыль	б) Операционный (стандарты, обучение)
3. Низкая мотивация персонала	в) Социально-психологический (мотивация, культура)

1–б, 2–а, 3–в

ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

ОПК 4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, конкурентов, потребителей, конкурентов.

44. Какой из перечисленных методов **наиболее эффективен** для изучения потребностей гостей нового формата кафе?

- а) **Онлайн-опрос целевой аудитории**
- б) Анализ цвета интерьера конкурентов
- в) Чтение газет
- г) Случайные звонки

45. Установите соответствие между типом конкурентов и примером в сфере HoReCa:

Тип конкурентов	Пример
1. Прямые	а) Доставка еды от сети ресторанов
2. Косвенные	б) Другое кафе с аналогичным меню
3. Замещающие	в) Приготовление еды дома

1–б, 2–а, 3–в

46. Для оценки размера целевой группы нового кофейного проекта можно использовать _____.

Ответ: данные Яндекс.Вордстат/соцсети/ опросы/ анализ проходимости локации (или иной близкий по смыслу ответ)

47. Установите соответствие между методом исследования и его результатом:

Метод	Результат
1. Тайный визит	а) Оценка качества обслуживания
2. Анализ отзывов	б) Выявление сильных и слабых сторон конкурентов
3. Конкурентный анализ	в) Понимание болей клиентов

1–а, 2–в, 3–б

48. При анализе конкурентов важно учитывать:

- а) Только цены
- б) Только дизайн логотипа
- в) Только количество сотрудников
- г) **Цены, меню, сервис, онлайн-присутствие, отзывы**

ОПК 4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий.

49. Какой канал **наиболее эффективен** для продажи корпоративных обедов в офис?

- а) Реклама в метро
- б) **Холодные звонки + email-рассылка с кейсами**
- в) Плакаты на остановках
- г) Личные письма на бумаге

50. Установите соответствие между каналом продаж и его особенностью в HoReCa:

Канал	Особенность
1. Онлайн-бронирование	а) Удобство для гостей, снижение нагрузки на персонал
2. Доставка через агрегаторы	б) Комиссия, но высокий охват

3. Прямые заказы (сайт/телефон)	в) Без комиссии, выше маржа
------------------------------------	-----------------------------

1–а, 2–б, 3–в

51. Для увеличения среднего чека при онлайн-заказе можно использовать _____.

Ответ: рекомендательные блоки («часто берут вместе»)/ акции на дополняющие товары/скидки (или иной близкий по смыслу ответ)

52. Если клиент бронирует столик через сайт, но не приходит, ресторан может:

а) **Ввести предоплату или подтверждение за 1 час до визита**

б) Игнорировать

в) Заблокировать IP

г) Удалить сайт

ОПК 4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет.

53. Какой формат контента **наиболее эффективен** для продвижения нового десерта в ВКонтакте

а) Текстовое описание

б) **Видео приготовления + фото готового блюда**

в) Скриншот меню

г) Анонимный пост

54. Установите соответствие между инструментом и его целью в digital-маркетинге NoReCa:

Инструмент	Цель
1. Таргетированная реклама	а) Удержание и возврат клиентов
2. Email-рассылка	б) Привлечение локальной аудитории
3. SEO-оптимизация сайта	в) Органический трафик по запросам «кафе рядом»

1–б, 2–а, 3–в

55. Если посты в соцсетях набирают мало охватов, нужно:

а) Перестать публиковать

б) **Анализировать формат, время публикации, использовать Reels/Stories**

в) Менять логотип

г) Писать только текст

56. Установите соответствие между этапом воронки и контентом:

Этап	Контент
1. Осведомлённость	а) Реклама в Instagram, SEO-статьи
2. Интерес	б) Видеообзор меню, акции
3. Решение	в) Отзывы, бронирование за 1 клик

1–а, 2–б, 3–в

ПК-9. Способен осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации.

ПК-9.1 Выполняет расчет по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг.

57. Какой из перечисленных источников **наиболее надёжен** для оценки спроса на новый формат кофейни?

- а) Мнение друга
- б) **Онлайн-опрос целевой аудитории + данные Яндекс.Вордстат**
- в) Гороскоп
- г) Случайные комментарии в соцсетях

58. Установите соответствие между типом данных и методом их сбора:

Тип данных	Метод сбора
1. Первичные	а) Онлайн-опрос, интервью
2. Вторичные	б) Глубинное интервью
3. Качественные	в) Отчёты Росстата, аналитика конкурентов

1–а, 2–б, 3–в

59. Для оценки размера целевой группы нового сервиса доставки еды можно использовать _____.

Ответ: данные поисковых систем/ соцсетей/ демографическую статистику (или иной близкий по смыслу ответ)

60. Установите соответствие между этапом и задачей при подготовке данных:

Этап	Задача
1. Сбор	а) Систематизация и фильтрация данных
2. Обработка	б) Интерпретация и выводы
3. Анализ	в) Проведение опросов и мониторинг

1–в, 2–а, 3–б

61. Если при сборе данных выявлено, что 70% респондентов готовы платить за подписку на кофе, это указывает на:

- а) Необходимость отказа от идеи
- б) Следует уйти в офлайн
- в) Нужно снизить качество
- г) **Наличие рыночного спроса и потенциальную жизнеспособность MVP**

ПК-9.2 Составляет проекты финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации на основе нормативно-правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации.

62. Какой документ **обязательно** должен быть включён в бизнес-план при работе с физическими лицами?

- а) Личный дневник основателя
- б) **Политика конфиденциальности и согласие на обработку ПД (ФЗ-152)**
- в) Список любимых фильмов команды
- г) Фото офиса

63. Установите соответствие между разделом бизнес-плана и его содержанием:

Раздел	Содержание
1. Описание продукта	а) Что и для кого создаётся
2. Маркетинговый план	б) Прогноз доходов, расходов, прибыли
3. Финансовый план	в) Как будем продавать и продвигать

1–а, 2–в, 3–б

64. При выборе режима налогообложения для ИП, запускающего онлайн-курсы, важно обосновать выбор в бизнес-плане ссылкой на _____ кодекс РФ.

Ответ: Налоговый

65. В разделе «Риски и антикризисный план» бизнес-плана важно предусмотреть:
- а) Только рост продаж
 - б) Увольнение всей команды
 - в) **Сценарии при снижении спроса, росте затрат или изменении законодательства**
 - г) Повышение цен на 100%

ПК-9.3 Использует методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники.

66. Какой показатель рассчитывается по формуле: **(Постоянные затраты) / (Цена – Переменные затраты)**?

- а) **Точка безубыточности**
- б) ROI
- в) CLV
- г) SAC

67. Если постоянные затраты проекта — 200 000 руб., переменные — 300 руб. на единицу, цена — 800 руб., то точка безубыточности равна:

- а) 250 единиц
- б) **400 единиц**
- в) 500 единиц
- г) 1 000 единиц

68. Для автоматизации расчётов в бизнес-плане можно использовать:

- а) Бумажный блокнот
- б) **Электронные таблицы с формулами**
- в) Только калькулятор
- г) Устные договорённости

69. Установите соответствие между метрикой и её смыслом:

Метрика	Смысл
1. ROI	а) Пожизненная ценность клиента
2. CLV	б) Возврат на инвестиции
3. SAC	в) Стоимость привлечения клиента

1—а, 2—б, 3—в