

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО – ПРОФИЛИРАНА ПОДГОТОВКА

Държавен зрелостен изпит (ДЗИ) по предприемачество може да положите, ако във втори гимназиален етап сте изучавали учебния предмет за придобиване на профилирана подготовка. В този случай държавният зрелостен изпит включва учебно съдържание от задължителните модули на профилирания учебен предмет, а цялата учебно-изпитна програма за изпита – времетраене, учебно съдържание, оценявани компетентности, общ брой и видове задачи, максимален брой точки и минимален праг за успешно полагане, е Приложение № 29 на Наредба № 7 от 11.08.2016 г. за профилираната подготовка.

ОБЩИ ПАРАМЕТРИ И ПРИМЕРНИ ЗАДАЧИ ЗА ДЗИ ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО (ПРОФИЛИРАНА ПОДГОТОВКА) ЗА УЧЕБНАТА 2021 – 2022 Г.

ДЗИ по предприемачество (профилирана подготовка) включва 45 задачи, както следва:

- 30 задачи с избираем отговор
- 14 задачи със свободен отговор
- 1 казус за анализ, синтез и оценка на проблемна ситуация и вземане на решение.

Всеки вид задачи е илюстриран с примери. Задачите проверяват конкретни компетентности, заложили в учебно-изпитната програма и в примерите те са посочени. Посочен е и максималният брой точки, които зрелостникът може да получи при вярно решение на съответната задача.

Следва да се има предвид обаче, че задачите не следва да се възприемат като типови, които задължително ще се включват във всеки тестов вариант за ДЗИ. Формулировките на съответните задачи предполагат вариативност и няма да следват единен модел. Наред с това трябва да се отчита и че придобиването на една и съща компетентност може да се проверява през една или повече задачи от различни видове.

Максималният общ брой точки е 100.

*Допуска се използване на непрограмируем калкулатор при решаване на задачите.

Примерни задачи с избираем отговор

Целите за производството на продукция за определено тримесечие се залагат в:

- А) мисията и визията
- Б) тактическия план
- В) оперативния план
- Г) стратегическия план

Максимален брой точки: 1

Оценявани компетентности: *Разграничава стратегически, тактически и оперативен план.*

Коя държавна институция извършва посредническа дейност по информирание и наемане на работа?

- А) Министерство на образованието и науката
- Б) Агенция по заетостта
- В) Национален портал за кариерно ориентиране
- Г) Национален осигурителен институт

Максимален брой точки: 1

Оценявани компетентности: *Познава техники за търсене и намиране на работа.*

Примерни задачи със свободен отговор

Известни са количествата от 3 вида материали, необходими за производството на единица изделие, заедно с цената на единица материал от всеки вид:

Вид материал	Количество	Единична цена
А	4	1.20 лв.
Б	8	0.40 лв.
В	5	1.80 лв.

1. Да се намери сумата на разходите за материали за производство на единица изделие.
2. Да се изчисли себестойността на изделието, ако към разходите за материали се калкулират и:
 - (а) разходи за електроенергия, възлизащи на 20% от сумата на разхода за материали;
 - (б) разходи за труд, възлизащи на 50% от сумата на разхода за материали и енергия.

Максимален брой точки: 3

Оценявани компетентности: *Познава и аргументира механизмите за образуване на пазарните цени на стоките и услугите в зависимост от производствените фактори.*

Предприятие разработва своя маркетингов план и провежда маркетингово проучване, за да сегментира пазара и да установи какъв е профилът на лоялните му клиенти. Обобщените данни в таблицата представляват извадка за профила на потребителите, които най-често купуват стоки на предприятието, а не за всички негови клиенти.

Разгледайте информацията и отговорете на въпросите:

Град	% от общия брой клиенти на фирмата	Мъже				Жени			
		% от клиентите в съответния град	Образование	Семейно положение	Доход (лева)	% от клиентите в съответния град	Образование	Семейно положение	Доход (лева)
Шумен	6,1%	1,5%	средно	неженен	900 – 1200	4,6%	средно	омъжена	900 – 1050
Враца	64,3%	21,6 %	висше	женен, с деца	1200 - 3000	42,7%	висше	омъжена, с деца	1200 – 3000
Благоевград	13,2 %	2,5%	висше	неженен	800 – 1000	10,7%	средно	омъжена, с деца	800 – 1000
Варна	7,9%	1,8%	средно	неженен	850 – 1200	6,1%	висше	омъжена	850 – 1200

1. Посочете характеристиките, които формират демографския профил на потребителския сегмент, който е с най-голяма важност за предприятието, според данните в таблицата? А с какви характеристики е профилът на най-малкия по важност сегмент?
2. Кой е другият вид критерий за сегментиране на пазара, използван в конкретната извадка, освен демографския?
3. Посочете други две групи критерии за сегментиране на пазара, които мениджмънтът на предприятието може да използва, за да получи по-дълбока представа за потребностите и очакванията на своите лоялни клиенти?

Максимален брой точки: 5

Оценявани компетентности: *Умее да раздели пазарните потребности в групи (сегменти) и определя характеристиките им.*

Примерен казус за анализ, синтез и оценка на проблемна ситуация и вземане на решение

Предприятието произвежда кожени изделия за вътрешния пазар. Продажбата на продукцията се извършва от утвърдени на пазара търговци, чиито магазини са добре познати и предпочитани от клиентите. С тези търговци са сключени договори при изгодни за дружеството условия. Поради засилване на конкуренцията на този пазар, през последния отчетен период в предприятието е установена тенденция на намаляване на приходите от продажби. Като вариант за ограничаване на неблагоприятните последици върху годишния финансов резултат, ръководството разглежда идеята за увеличаване и разнообразяване на асортимента чрез въвеждане в производство на един от два нови модела дамски чанти – „Класик“ и „Елеганс“.

Информацията от експертната оценка на разходите за въвеждане в производство за всеки модел, на база разходни норми, както и информацията за предложените цени от предприятието, съобразени с конкурентни цени на аналогични модели, са обобщени в таблицата:

Общо разходи за 1 брой модел „Класик“ (лева)	Общо разходи за 1 брой модел „Елеганс“ (лева)	Цена за 1 брой модел „Класик“ (лева)	Цена за 1 брой модел „Елеганс“ (лева)
26,40	47,70	42,00	76,00

Ресурсният потенциал на предприятието осигурява възможност за производство за един месец на 200 броя от модел „Класик“ или на 150 броя от модел „Елеганс“.

Анализирайте информацията и отговорете на въпросите:

1. Дефинирайте проблемната област, открийте проблема на предприятието и идентифицирайте потребността му. От какво е породен този проблем?
2. Определете критерии за оценка на финансовия потенциал на всяка от алтернативите.
3. Запишете резултатите от оценката по критериите и оценете алтернативите.
4. Предложете решение за избор на модел на продукта. Обосновайте избора си.

Максимален брой точки: 15

Оценявани компетентности: *Прави разграничение между наблюдение на проблемна област, откриване на проблем и идентифициране на потребността. Умее да класифицира и анализира видовете проблеми на потребителите. Умее да сравнява алтернативите и да взема обосновани решения при избора на идея за конкретен продукт. Разграничава дейностите по разработване, управление и изпълнение на проект. Познава същността и етапите на вземане на управленско решение и оценява алтернативни решения.*