**MA TRẬN ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KỲ I**

**MÔN: GIÁO DỤC KINH TẾ VÀ PHÁP LUẬT LỚP 11**

 **THỜI GIAN LÀM BÀI: 45 PHÚT**

**1. Ma trận**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Chủ đề** | **Nội dung** | **Mức độ nhận thức** | **Tổng** |
| **Nhận biết** | **Thông hiểu** | **Vận dụng** | **Vận dụng cao** | **Số câu** | **Tổng điểm** |
| **TN** | **Đ/S** | **TN** | **Đ/S** | **TN** | **Đ/S** | **TN** | **Đ/S** | **TN** | **Đ/S** |
| **1** | **Lạm phát, Thất nghiệp** | 1. Khái niệm, các loại hình thất nghiệp 2. Hậu quả của thất nghiệp; vai trò của nhà nước | 4 |  |  |  |  |  |  | 1 | 4 | 1 | **2** |
| 3. Khái niệm, các loại hình lạm phát. 4. Nguyên nhân dẫn đến lạm phát, hậu quả của lạm phát | 4 |  | 2 |  | 2 |  |  |  | 8 |  | **2** |
| **2** | **Ý tưởng, cơ hội KD và các năng lực cần thiết của người kinh doanh** | 5. Khái niệm, dấu hiệu nhận biết ý tưởng kinh doanh; các nguồn tạo ý tưởng kinh doanh6. Các năng lực cần thiết của người kinh doanh. | 4 |  | 4 |  |  |  |  |  | 8 |  | **2** |
| **3****4** | **Đạo đức kinh doanh****Văn hóa tiêu dùng** | 7. Khái niệm, vai trò; các biểu hiện của đạo đức kinh doanh | 2 |  | 2 |  |  | 1 |  |  | 4 | 1 | **2** |
| 8. Khái niệm, vai trò của văn hóa tiêu dùng; đặc điểm của văn hóa tiêu dùng Việt Nam | 2 |  | 4 |  | 2 |  |  |  | 8 |  | **2** |
| ***Tổng câu*** | **16** |  | **12** |  | **4** | **1** |  | **1** | **32** | **2** | **10 điểm** |
| **Tỉ lệ %** | **40%** | **30%** | **20%** | **10%** | **100%** |
| **Tỉ lệ chung** | **70%** | **30%** | **100%** |

**2. Bảng đặc tả**

**ĐẶC TẢ ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KỲ I**

**MÔN: GIÁO DỤC KINH TẾ VÀ PHÁP LUẬT LỚP 11**

 **THỜI GIAN LÀM BÀI: 45 PHÚT**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Chủ đề** | **Nội dung** | **Mức độ đánh giá** | **Số câu hỏi theo mức độ đánh giá** |
| **Nhận biết** | **Thông hiểu** | **Vận dụng** | **Vận dụng cao** |
| **1** | **Lạm phát, Thất nghiệp** | 1. Khái niệm, các loại hình thất nghiệp 2. Hậu quả của thất nghiệp; vai trò của nhà nước3. Khái niệm, các loại hình lạm phát. 4. Nguyên nhân dẫn đến lạm phát, hậu quả của lạm phát | **Nhận biết:**  Nêu được:+ Khái niệm lạm phát+ Khái niệm thất nghiệp.+ Các loại hình lạm phát và thất nghiệp.+ Hậu quả của lạm phát và thất nghiệp– Nêu được vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát, thất nghiệp.**Thông hiểu:**- Mô tả được hậu quả của lạm phát, thất nghiệp đối với nền kinh tế và xã hội.- Giải thích được nguyên nhân dẫn đến lạm phát.**Vận dụng:** - Ủng hộ những hành vi chấp hành và phê phán những hành vi vi phạm chủ trương, chính sách của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát, thất nghiệp. | 8 | 2 | 2 | 1 |
| **2****3** | **Ý tưởng, cơ hội KD và các năng lực cần thiết của người kinh doanh** **Đạo đức kinh doanh** | 5. Khái niệm, dấu hiệu nhận biết ý tưởng kinh doanh; các nguồn tạo ý tưởng kinh doanh6. Các năng lực cần thiết của người kinh doanh7. Khái niệm, vai trò; các biểu hiện của đạo đức kinh doanh | **Nhận biết:**  Nêu được: - Ý tưởng kinh doanh là gì- Dấu hiệu nhận biết ý tưởng kinh doanh- Xác định được các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh.**Thông hiểu:** - Giải thích được tại sao cần có ý tưởng kinh doanh, các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh- Giải thích được tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh **Vận dụng:** - Chỉ ra được các năng lực cần thiết của người kinh doanh**Nhận biết:**Nêu được:- Quan niệm về đạo đức kinh doanh.- Vai trò của đạo đức kinh doanh.**Thông hiểu:** - Chỉ ra được các biểu hiện của đạo đức kinh doanh.**Vận dụng:** - Phê phán được những biểu hiện vi phạm đạo đức kinh doanh.**-** Biết tìm tòi, học hỏi phẩm chất đạo đức của nhà kinh doanh. | 21 | 2 | 11 |  |
| **4** | **Văn hóa tiêu dùng** | 8. Khái niệm, vai trò của văn hóa tiêu dùng; đặc điểm của văn hóa tiêu dùng Việt Nam | **Nhận biết:**  Nêu được:- Khái niệm và vai trò của văn hoá tiêu dùng đối với lĩnh vực văn hóa – xã hội và kinh tế **Thông hiểu:** - Mô tả được một số đặc điểm trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam - Trình bày được các biện pháp xây dựng văn hoá tiêu dùng.**Vận dụng:** - Phê phán được những biểu hiện không có văn hoá trong tiêu dùng.**Vận dụng cao**: - Thực hiện được các hành vi tiêu dùng có văn hoá.-Tuyên truyền, vận động bạn bè, người thân làm người tiêu dùng có văn hoá. | 2 | 4 | 2 |  |
| **Tổng** |  | **16** | **12** | **5** | **1** |
| **Tỉ lệ %** |  | **40%** | **30%** | **20%** | **10%** |
| **Tỉ lệ chung** |  | **70%** | **30%** |