



**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ № 1.1  
ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПО  
СТАНДАРТАМ ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ  
ПО КОМПЕТЕНЦИИ № R11  
«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»  
(ДАЛЕЕ – ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН)**

## СОДЕРЖАНИЕ

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.1 по компетенции R11 «Предпринимательство».....	3
Задание для демонстрационного экзамена по комплекту оценочной документации № 1.1 по компетенции R11 Предпринимательство (Образец).....	21
Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции R11 Предпринимательство .....	32
План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции № R11 «Предпринимательство» .....	34
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	35

## Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.1 по компетенции R11 «Предпринимательство»

Комплект оценочной документации (КОД) № 1.1 разработан в целях организации и проведения Демонстрационного экзамена по компетенции R11 «Предпринимательство» и рассчитан на выполнение заданий продолжительностью 4 часа (на одну команду - выполнение модулей и проведение презентаций по ним).

КОД № 1.1 может быть рекомендован для оценки освоения основных профессиональных образовательных программ и их частей, дополнительных профессиональных программ и программ профессионального обучения, а также на соответствие уровням квалификации согласно Таблице (Приложение).

**1. Перечень знаний, умений, навыков в соответствии со Спецификацией стандарта компетенции R11 «Предпринимательство» (WorldSkills Standards Specifications, WSSS), проверяемый в рамках комплекта оценочной документации (Таблица 1).**

Таблица 1.

Раздел		Важность (%)
1	<b>Бизнес-план</b>	<b>8</b>
	Специалист должен знать и понимать: <ul style="list-style-type: none"><li>● роль и значение бизнес-плана;</li><li>● сущностные различия типов бизнес-планов (коммерческо – производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»);</li><li>● применение способов «генерации» и выбора бизнес-идеи;</li><li>● методы оценки реализуемости бизнес-идеи (включая затраты, риски и гарантии);</li><li>● коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней;</li><li>● важность выбора подходящего названия компании;</li><li>● как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи;</li></ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● важность соблюдения авторских прав, относительно использования аудио, видео, графических и прочих материалов;</li> <li>● доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план);</li> <li>● способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● различать типы бизнес-планов (коммерческо – производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»);</li> <li>● делать обоснованный выбор подходящего типа бизнес-плана;</li> <li>● разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план предпринимательского проекта;</li> <li>● развивать идеи до коммерческих предложений;</li> <li>● оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>● создавать и анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса;</li> <li>● предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации);</li> <li>● применять методы принятия оптимальных решений;</li> <li>● принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;</li> <li>● проводить анализ ближнего и внешнего окружения;</li> <li>● обосновывать ценности и оценивать миссию проекта/бизнеса и цели;</li> <li>● с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями;</li> <li>● представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.);</li> <li>● получить независимую оценку/рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план);</li> <li>● продемонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности</li> </ul>	
<b>2</b>	<b>Организация работы</b>	<b>4</b>
	Специалист должен знать и понимать:	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● значение эффективного планирования и организации труда;</li> <li>● значение организации эффективной деловой переписки и пересылки документов;</li> <li>● положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики;</li> <li>● важность поддержания рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества;</li> <li>● актуальность и востребованность на рынке труда формируемых бизнесом/бизнес-идеями.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● применять проактивный подход/позицию к приобретению знаний и развитию навыков;</li> <li>● использовать современные технологии;</li> <li>● поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, в соответствии с техникой безопасности и нормами охраны труда, и способствовать выполнению этих норм;</li> <li>● пользоваться всем оборудованием в соответствии с техникой безопасности и инструкциями производителей;</li> <li>● выбирать подходящие методы для каждого задания;</li> <li>● планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок.</li> </ul>	
<b>3</b>	<b>Формирование навыков коллективной работы и управление</b>	<b>3</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● важность постоянного профессионального роста;</li> <li>● важность слаженной командной работы;</li> <li>● сильные и слабые стороны каждого члена команды;</li> <li>● перспективы для достижения успеха команды;</li> <li>● важность формирования мотивации к труду (потребности к приобретению профессии).</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов;</li> <li>● оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения;</li> <li>● оценивать роль каждого участника команды/проекта;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● разрабатывать подходящие стратегии для разрешения сложных ситуаций во время совместной работы;</li> <li>● справляться со стрессовыми ситуациями;</li> <li>● использовать методы принятия решений, опираясь на мнение команды;</li> <li>● уважать мнение других членов команды;</li> <li>● применять способы и приемы поиска информации, связанной с профессиональной деятельностью и предметностью проекта.</li> </ul>	
<b>4</b>	<b>Целевая аудитория</b>	<b>15</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● важность определения целевой аудитории бизнеса;</li> <li>● определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама;</li> <li>● способы определения целевой аудитории;</li> <li>● методы анализа целевых аудиторий;</li> <li>● характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь;</li> <li>● методы определения размера целевой аудитории;</li> <li>● модели принятия решений в B2B продажах, особенности B2C продаж; суть B2G бизнеса;</li> <li>● коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● оценить значение целевых аудиторий;</li> <li>● распознавать различные целевые аудитории;</li> <li>● анализировать целевые аудитории;</li> <li>● определять целевые аудитории;</li> <li>● применять методы принятия оптимальных решений, касающихся целевых аудиторий;</li> <li>● описывать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг;</li> <li>● принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям;</li> <li>● оценивать размер целевой аудитории;</li> <li>● анализировать точность описания целевых аудитория для различных товаров/услуг;</li> <li>● эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью;</li> <li>● обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий.</li> </ul>	

<b>5</b>	<b>Бизнес-процесс</b>	<b>1</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● суть бизнес-процессов, которые управляют функционированием системы;</li> <li>● аннотации, применяемые для моделирования бизнес-процессов (BPMN, EPC, IDEF0)</li> <li>● описание полного жизненного цикла бизнес-процесса.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы;</li> <li>● делать обоснованный выбор нотации, применяемой для моделирования бизнес-процессов в собственном проекте.</li> </ul>	
<b>6</b>	<b>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга</b>	<b>15</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● различные маркетинговые стратегии;</li> <li>● конкретные цели маркетинга;</li> <li>● цели маркетингового планирования;</li> <li>● тактики продвижения товаров/услуг на рынке;</li> <li>● методы определения круга потенциальных покупателей;</li> <li>● методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах;</li> <li>● выбор времени для маркетинговых мероприятий;</li> <li>● стоимость целенаправленных маркетинговых мер;</li> <li>● 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion);</li> <li>● взаимовлияние элементов 4 «Р»;</li> <li>● потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса;</li> <li>● влияние маркетинговых мероприятий на успех компании;</li> <li>● важную роль рекламы;</li> <li>● разнообразие рекламных стратегий;</li> <li>● разнообразие рекламных средств, в частности, социальных сетей VK, FB и других;</li> <li>● преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг;</li> <li>● недостатки различных методов рекламы для конкретных</li> </ul>	

	<p>товаров/услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● стоимость отдельных рекламных мероприятий;</li> <li>● стоимость привлечения новых и удержания постоянных клиентов;</li> <li>● эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний;</li> <li>● эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия;</li> <li>● возможность аутсорсинга.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● проводить исследование рынка, демонстрировать понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет;</li> <li>● планировать и определять каналы и связи сбыта, демонстрировать стратегическое видение на высоком уровне и тактику передачи сообщений целевой аудитории (включает медиа-каналы, стратегию контента и время);</li> <li>● разрабатывать и планировать маркетинговые программы; прочный маркетинговый план и контент – календарь является основным продуктом для любого организованного отдела маркетинга;</li> <li>● создавать маркетинг вирусного контента;</li> <li>● управлять маркетингом по влиянию, платить людям, знаменитостям и нишам влиять на продвижение вашего бренда, демонстрировать знание того, как координировать маркетинговую программу влияния;</li> <li>● управлять проектами, эффективностью продаж (затраты на привлечение и удержание клиентов);</li> <li>● управлять бюджетом и финансовыми потоками;</li> <li>● проводить холодные звонки;</li> <li>● SMO, e-mail – рассылки и сбор базы подписчиков;</li> <li>● создавать контент (копирайтинг) – сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы;</li> <li>● создавать медийную сеть (блоггеры, влиятельные лица, редакторы); наличие существующей сети блоггеров, влиятельных лиц или редакторов;</li> <li>● разрабатывать технические задания для подрядчиков (дизайнеров/копирайтеров/программистов);</li> <li>● создавать обратную связь с потребителями, предоставлять и получать отзывы;</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● формировать отчетность по маркетинговым программам, анализировать KPI маркетинга по основным показателям;</li> <li>● разрабатывать промо-акции;</li> <li>● пояснять значение маркетинга для бизнеса;</li> <li>● принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р» для маркетинговых мероприятий;</li> <li>● оценивать разные средства рекламы;</li> <li>● оценивать разные рекламные стратегии;</li> <li>● рассчитывать стоимость рекламных мероприятий;</li> <li>● оценивать эффективность рекламных мероприятий;</li> <li>● рассчитывать стоимость привлечения одного клиента;</li> <li>● обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий.</li> </ul>	
<b>8</b>	<b>Финансовые инструменты</b>	<b>6</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● необходимость, методы и временные рамки финансового планирования;</li> <li>● соответствие жизненных циклов бизнеса и используемых финансовых инструментов для его развития;</li> <li>● расчет затрат, связанных с запуском стартапа;</li> <li>● периоды отчетности;</li> <li>● иметь представления об издержках;</li> <li>● реалистичный расчет цен на товары и услуги;</li> <li>● расчет прибылей и убытков;</li> <li>● расчет зарплат и налоговых платежей;</li> <li>● методологию экономического анализа.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● разрабатывать финансовый план с использованием различных способов финансирования, соответствующих жизненному циклу компании;</li> <li>● применять различные методы финансового планирования;</li> <li>● рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа;</li> <li>● рассчитывать прибыль и убытки;</li> <li>● вести расчеты, связанные с оплатой труда;</li> <li>● объяснять расчеты финансового плана.</li> </ul>	
<b>9</b>	<b>Продвижение фирмы/проекта</b>	<b>6</b>
	Специалист должен знать и понимать:	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● значимость официальной (законной) регистрации фирмы/компании;</li> <li>● важность оперативного планирования бизнес-процесса;</li> <li>● источники финансирования стартового этапа становления фирмы и последующих этапов развития бизнеса;</li> <li>● основные правила подготовки деловых электронных презентаций.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● адекватно оценивать финансовые и иные бизнес - риски, оперативно управлять ими;</li> <li>● подготавливать необходимый пакет документов для регистрации ИП (ООО, НП и т.д.);</li> <li>● использовать современные финансовые продукты или услуги в ходе предпринимательской деятельности;</li> <li>● готовить деловые электронные презентации;</li> <li>● продвигать проект в различных ситуациях.</li> </ul>	
<b>10</b>	<b>Презентация компании</b>	<b>2</b>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● важность хорошей презентации для бизнеса;</li> <li>● влияние презентации на аудиторию;</li> <li>● лексику и терминологию презентации;</li> <li>● структуру презентации;</li> <li>● целевую аудиторию презентации;</li> <li>● значение командной работы во время презентации;</li> <li>● как эффективно общаться после презентации;</li> <li>● как отвечать на вопросы после презентации.</li> </ul>	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● делать эффектные и эффективные презентации;</li> <li>● демонстрировать в своей презентации современные тенденции в бизнесе;</li> <li>● организовывать презентацию с учетом целевой аудитории;</li> <li>● использовать разнообразные методы презентации</li> </ul>	
	<b>Всего</b>	<b>60</b>

## 2. Форма участия: командная (2 человека в команде)

Компетенция Предпринимательство является командной компетенцией. Участие в Демонстрационном экзамене команды, в составе которой один

человек, не допускается.

Если один из участников команды не может приступить к выполнению заданий демонстрационного экзамена (по уважительной или неуважительной причине), второй участник команды до экзамена не допускается, команде начисляются баллы только за модуль А1 – Бизнес-план команды. За последующие модули выставляются нули.

Если один из участников по какой-либо причине не может продолжать экзамен, то баллы команде начисляются только за модули, выполненные участниками в составе полной команды, за последующие модули выставляются нули.

### 3. Обобщенная оценочная ведомость.

В данном разделе определяются критерии оценки и количество начисляемых баллов (судейские и объективные) (Таблица 2).

Общее максимально возможное количество баллов задания по всем критериям оценки составляет 60.

Таблица 2.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	А. Бизнес-план	Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертам в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами в подготовительный день	1.Бизнес-план 3.Формирование навыков коллективной работы и управления 5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты 9.Продвижение фирмы/проекта	4	18	22
2	В. Наша команда и бизнес-идея	Наша команда и бизнес-идея	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на	2.Организация работы 3.Формирование навыков коллектив-	2	6	8

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
			вопросы на каждую команду	ной работы и управления 10.Презентация компании			
3	С. Целевая группа	Целевая группа	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	4.Целевая группа	5	5	<b>10</b>
4	Е. Маркетинговое планирование	Маркетинговое планирование	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	<b>10</b>
5	Специальный этап	Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	С1. Целевая группа Е1. Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	<b>10</b>
<b>Итого =</b>					<b>17</b>	<b>43</b>	<b>60</b>

**4. Количество экспертов, участвующих в оценке выполнения задания, и минимальное количество рабочих мест на площадке.**

4.1. Минимальное количество экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство - 3 человека. Дополнительное количество экспертов: главный эксперт, технический эксперт.

4.2. Минимальное количество рабочих мест составляет 5.

4.3. Расчет количества экспертов исходя из количества рабочих мест и участников осуществляется по схеме согласно Таблице 3:

**Таблица 3.**

Количество постов-рабочих мест	1	2	3	...	...	15
Количество участников						
От 1 до 6	3					
От 8 до 10		3				
От 12 до 16			3			
От 18 до 20				3		
От 22 до 26					3	
От 28 до 30						3

**5. Список оборудования и материалов, запрещенных на площадке  
(при наличии)**

Запрещается использование мобильных телефонов, личных ноутбуков, планшетов, иных электронных устройств.

## Таблица соответствия

знаний, умений и практических навыков, оцениваемых в рамках демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство по КОД № 1.1 профессиональным компетенциям, основным видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и уровням квалификаций в соответствии с профессиональными стандартами

Уровень аттестации (промежуточная/ ГИА)	Код и наименование ФГОС СПО	Основные виды деятельности ФГОС СПО (ПМ)	Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС СПО	Наименование профессионального стандарта (ПС)	Наименование и уровень квалификаций ПС	WSSS/модули/критерии оценки по КОД (по решению разработчика)
Комплект оценочной документации №1.1, продолжительность 4 часа., максимально возможный балл – 60 б.						
промежуточная	38.02.04 Коммерция (по отраслям)	4.3.1. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью. 4.3.2. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности. 4.3.3. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров.	ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции. ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения. ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельно-			Разделы WSSS: Бизнес-план Организация работы; Формирование навыков коллективной работы и управления; Целевая аудитория; Бизнес-процесс; Маркетинговое планирование/Формула маркетинга; Финансовые инструменты; Продвижение фирмы/проекта; Презентация компании

			<p>сти, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.</p> <p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p> <p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении марке-</p>			
--	--	--	--	--	--	--

			<p>тинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности</p>			
промежуточная	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	<p>4.3.1. Управление ассортиментом товаров.</p> <p>4.3.2. Проведение экспертизы и оценки качества товаров.</p> <p>4.3.3. Организация работ в подразделении организации.</p>	<p>ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.</p> <p>ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.</p> <p>ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.</p> <p>ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.</p> <p>ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.</p> <p>ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.</p> <p>ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Целевая аудитория;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>



			<p>ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.</p> <p>ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.</p> <p>ПК 3.5. Оформлять учетно-отчетную документацию.</p>			
промежуточная	42.02.01 Реклама	<p>4.3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.</p> <p>4.3.2. Производство рекламной продукции.</p> <p>4.3.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.</p> <p>4.3.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</p>	<p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p> <p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p> <p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p> <p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p> <p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Целевая аудитория;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>

			<p>групп потребителей на основе анализа рынка.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p> <p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> <p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p> <p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>			
промежуточная	43.02.10 Туризм	<p>4.3.1. Предоставление турагентских услуг.</p> <p>4.3.2. Предоставление услуг по сопровождению туристов.</p> <p>4.3.4. Управление функциональным подразделением организации.</p>	<p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 2.1. Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.</p> <p>ПК 2.5. Контролировать качество обслуживания туристов принимающей сторо-</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Целевая аудитория;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>

			<p>ной.</p> <p>ПК 2.6. Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.</p> <p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт.</p> <p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.</p> <p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 4.1. Планировать деятельность подразделения.</p> <p>ПК 4.2. Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.</p> <p>ПК 4.3. Оформлять отчетно-планирующую документацию.</p>			
промежуточная	43.02.11 Гостиничный сервис	<p>4.3.3. Организация обслуживания гостей в процессе проживания.</p> <p>4.3.4. Продажи гостиничного продукта.</p>	<p>ПК 3.1. Организовывать и контролировать работу обслуживающего и технического персонала хозяйственной службы при предоставлении услуги размещения, дополнительных услуг, уборке номеров и служебных помещений.</p> <p>ПК 3.3. Вести учет оборудования и инвентаря гостиницы.</p> <p>ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.</p> <p>ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Целевая аудитория;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фир-</p>

			ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.			мы/проекта; Презентация компании
--	--	--	--	--	--	-------------------------------------



**Задание для демонстрационного экзамена по комплексу оценочной документации № 1.1 по компетенции R11 Предпринимательство (Образец)**

Задание включает в себя следующие разделы:

1. Формы участия
2. Модули задания, критерии оценки и необходимое время
3. Необходимые приложения

Продолжительность выполнения задания: 4 ч. на одну команду (на выполнение задания и проведение презентации)

## 1. ФОРМА УЧАСТИЯ

Групповая (2 человека в группе)

## 2. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в Таблице 1.

Таблица 1.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	А. Бизнес-план	А1. Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертам в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами в подготовительный день	1.Бизнес-план 3.Формирование навыков коллективной работы и управления 5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты 9.Продвижение фирмы/проекта	4	18	<b>22</b>
2	В. Наша команда и бизнес-идея	В1. Наша команда и бизнес-идея	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	2.Организация работы 3.Формирование навыков коллективной работы и управления 10.Презентация компании	2	6	<b>8</b>
3	С. Целевая группа	С1. Целевая группа	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	4.Целевая группа	5	5	<b>10</b>
4	Е. Маркетинговое планирование	Е1. Маркетинговое планирование	1 час +5 минут на презентацию +	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	<b>10</b>

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
	вание	ние	2 минуты на вопросы на каждую команду	тингга			
5	Специальный этап	Е2. Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	С1. Целевая группа Е1. Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	<b>10</b>
<b>Итого =</b>					<b>17</b>	<b>43</b>	<b>60</b>

### Модули с описанием работ

Содержанием задания Демонстрационного экзамена является Предпринимательская деятельность. Задание ДЭ имеет несколько модулей, выполняемых последовательно.

ДЭ – это командный экзамен (в каждой команде два участника) в области предпринимательства и развития бизнеса, ориентированный на реальные жизненные условия и среду. В группах по два человека участники развивают компании (проекты) на основе ранее разработанного бизнес-плана и представляют свои наработки для экспертной оценки экспертной группе ДЭ. На протяжении ДЭ, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте

### Модуль А1: «Бизнес-план» - 22% от общей оценки

#### 1.1. Сроки предоставления материалов

Команда разрабатывает бизнес-план, который должен содержать краткую, но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов вопросы — объем инвестиций, сроки кредитования, гарантии возврата, объ-

ем собственных средств. Разделы документа должны давать расширенную информацию о проекте и доказывать правильность расчетов.

Участники команды должны направить электронную версию Бизнес-плана и его приложения не позднее за трое суток до подготовительного дня (не позднее 09.00 час.) на электронный адрес Главного эксперта ДЭ.

1. Бизнес – план в формате Word;
2. Приложения:
  - Видеоролик в формате mp4/avi/mov, продолжительностью не более 90 секунд.
  - Информационно – рекламный плакат в формате jpeg.
  - Ссылка на маркетинговое исследование (исследование рынка и/или опрос) в google форме.
  - Финансовые расчеты в формате Excel.

Три бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены до начала ДЭ (не позднее 09.00 часов в подготовительный день).

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться в подготовительный день экспертами (каждый бизнес-план оценивают 3 эксперта) и будут включать в себя 22% общей оценки команды.

## **1.2. Требования к формату бизнес-плана**

Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 x 29,7 см (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант БП должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку перед титульным листом и твердую непрозрачную обложку в конце. Все представленные материалы являются частью бизнес-плана. Текст печатается на одной стороне листа, используется сквозная нумерация страниц. Номер страницы проставляется внизу листа справа. На титульном листе должно быть указано название команды, название компа-



нии/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и дата представления (дата подготовительного дня).

Все представляемые материалы заверяются участниками (подписи участников, подтверждающие авторство).

В приложения выносятся дополнительный материал, необходимый для подтверждения рассматриваемых положений: таблицы вспомогательных цифровых данных, инструкции, методический материал, компьютерные распечатки, иллюстрации вспомогательного характера, формы отчетности и другие документы. Страницы с приложениями входят в общий объем бизнес-плана.

### **1.3. Проверка авторства текста бизнес-плана**

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru/> или аналогичной (уточняется на форуме и в Методическом письме). Допустимый процент оригинальности с правильным оформлением цитирования должен составлять не менее 75%.

### **1.4. Требования к оформлению текста бизнес-плана**

Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, Times New Roman, интервал 1,5 строки. Текст работы должен иметь следующие поля: левое – 30 мм, верхнее, нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. Допускается уменьшение межстрочного интервала до 1.0 в таблицах. Также допускается применение диаграмм, построенных на компьютере с помощью программных продуктов. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

Основной текст работы должен быть выровнен по ширине. Следует использовать автоматическую расстановку переносов в словах.

Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если размер таблицы превышает одну страницу, то таблицу следует размещать в Приложении. Каждая таблица должна иметь заголовки, точно и кратко отражающий ее содержание.

В качестве иллюстраций в работах могут быть представлены чертежи, схемы, диаграммы, рисунки и т.п. Все иллюстрации обозначают в тексте словом «рисунок». Иллюстрации могут быть выполнены на компьютере, как в черно-белом, так и в цветном варианте.

Рисунки в зависимости от их размера располагают в тексте непосредственно после того абзаца, в котором данный рисунок был впервые упомянут, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении. Все рисунки должны иметь наименование, которое помещают под иллюстрацией.

### **1.5. Требования к структуре бизнес-плана**

Первая страница – Титульный лист.

Вторая страница – Содержание.

На третьей странице размещается «визитка» команды, где должен быть представлен краткий обзор выбранного командой бизнеса, а также описание опыта и навыков каждого члена команды, позволяющих добиться успеха.

Бизнес-план должен содержать следующие разделы:

1. Резюме бизнес-идеи
2. Описание компании
3. Целевой рынок
4. Планирование рабочего процесса
5. Маркетинговый план
6. Устойчивое развитие
7. Техничко-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

### **1.6. Требования к оформлению финансовых расчетов**

Финансовые (математические) расчеты следует приводить в таблицах, схемах, в т.ч. с использованием Excel.

Динамику показывать наглядно – схемы, графики, диаграммы.

Данные, приведенные в бизнес-плане в Excel, могут использоваться (в том числе – корректироваться) в ходе работы на площадке.

Формат расчетов Excel (на период не менее 2-х лет). Финансовые рас-

четы могут предоставляться в виде отдельного файла в формате Excel и включать следующие разделы (рекомендуется):

Лист 1. Данные для расчетов: % займа, натуральные величины, налоговые ставки региона, ставки дисконтирования и другие показатели необходимые для обоснования расчета.

Лист 2. Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат)

Лист 3. План на будущие периоды Доходов и расходов

Лист 4. Расчеты себестоимости продукции

Лист 5. Факт прошлых периодов Доходов и расходов

Лист 6. Фактический баланс на предыдущую отчетную дату

Лист 7. Прогнозный баланс

Лист 8. План ДДС будущих периодов Доходов и расходов с указанием необходимого оборотного капитала.

Лист 9. Факт ДДС за прошлые периоды

Лист 10. Показатели деятельности (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ: полные и инвестиции в проект (стартовые+оборотный), Простой период окупаемости, NPV, IRR, IP, Рентабельность продаж по проекту.)

Ссылки в файле допускаются только внутри таблицы. Не допускаются внешние ссылки, скрытые ссылки на данные, таблицы, картинки. Если такие ссылки обнаруживаются в Excel - таблицы полностью заменяются на данные.

Допускается отсутствие отдельного файла в формате MS Excel. В таком случае все расчетные таблицы вставляются в бизнес-план и входят в 24 стр.

### **1.7. Требования к оформлению информационно – рекламного плаката.**

Информационно – рекламный плакат должен отвечать следующим требованиям:

Формат А3;

Полноцвет (3 и более цветов);

Назначение – реклама.

Формат файла .jpeg

Размер не более 150 Мб.

### **1.8. Требования к формату и содержанию видеоролика**

Формат и требования к видеоролику:

Продолжительность ролика не более 90 секунд.

В видеоролике должна присутствовать начальная заставка не менее 3 секунд (название проекта и ФИО авторов).

В видеоролике должна присутствовать конечная заставка не менее 3 секунд (название проекта + Контакты).

Размер ролика не должен превышать 150 Мб.

Формат ролика только в формате mp4/avi/mov.

В ролике есть ссылка на правомерность используемых аудио и видео материалов.

### **Модуль В1: «Наша команда и бизнес-идея» - 8% от общей оценки**

В рамках данного модуля участникам предстоит определиться с названием команды, которое должно быть оригинальным, определить функциональные обязанности каждого из участников в проекте, договориться о системе принятия решений и контроле за их реализацией, осмыслить наиболее сильные деловые и личностные качества каждого, значимые для предпринимательской деятельности (не менее трёх) и аргументировать их значимость, а также перспективы дальнейшего профессионального роста участников команды.

Следует показать, каким образом команде удалось выйти на конкретную бизнес-идею, представить метод генерации бизнес-идеи и обосновать свой выбор данного метода.

В этом модуле предъявляется непосредственно сама бизнес-идея (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи и обоснование применения данного метода. Кроме того, необходимо указать не менее 3 конкурентных преимуществ вашей бизнес-идеи (проекта). Команда должна проанализировать рынок и отрасль, к которым относится выбранная

бизнес-идея, с использованием модели «5 сил Портера».

Требуется как можно более точно и полно описать продукт или услугу – их качественные характеристики, назначение и область применения, конкурентоспособность, необходимость лицензирования, степень готовности к выпуску, очевидную полезность (выгоду) для потребителя. Если вы производите и реализуете не один вид продукции, то возможно описание по группам товаров.

Участники представляют (на русском языке) итоги своей работы членам экспертной группы с использованием различных инструментов визуализации (плаката, web-презентации в PowerPoint, флип-чарта, необходимого раздаточного материала). В ходе презентации члены команды должны продемонстрировать свои ораторские, коммуникативные способности, свободное владение английским языком.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю В1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

Цели этого модуля – оценить навыки и компетенции участников команды при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею; определить авторство членов команды при составлении бизнес-плана, глубину понимания и компетентности участников в предложенном бизнесе.

### **Модуль С1: «Целевая группа» - 10% от общей оценки**

Участники должны обосновать важность определения целевых групп, описать и применить широко известные методики сегментирования целевой аудитории, определить и детально описать целевые группы для собственного бизнеса (несколько качественных характеристик), на которые будет нацелен продукт/услуга компании, а также определенную сферу бизнеса, к которой относится выбранная целевая аудитория. Участники команды должны, с использованием официальных статистических данных и коммуникационных

приемов (обязательно наличие образца анкеты или ссылки на базу данных исследования в google-форме), максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой аудитории, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении; с помощью одной из известных методик сегментирования, определить и описать целевые группы, а также обосновать и определить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой аудитории, которую планирует занять компания в процессе своей деятельности.

Кроме этого, должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию. Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации, которая должна включать слайды с текстом и графической информацией, и проводится с использованием различных инструментов визуализации.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю С1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

### **Модуль Е1: «Маркетинговое планирование» - 10% от общей оценки**

Участникам, с помощью методов стратегического анализа, необходимо выработать маркетинговую стратегию, определить измеримые и достижимые цели и задачи в области маркетинга, проанализировать конкурентную среду, выбрать каналы сбыта и стратегию ценообразования, а также адекватные маркетинговые инструменты, наиболее эффективные для данного продукта/услуги и целевой аудитории.

При планировании маркетинговых мероприятий необходимо принимать в расчет формулу 4 «Р», объяснять её применительно к выбранному продукту/услуге, анализировать взаимовлияние элементов этой модели.

Команде необходимо разработать детальный маркетинговый план для

этапа запуска и дальнейших этапов функционирования проекта, который отражает выбранную маркетинговую стратегию.

В соответствии со стратегией участникам необходимо выбрать и обосновать рекламную модель, а также определить и обосновать основные рекламные мероприятия и уметь рассчитывать их стоимость и анализировать эффективность их применения с помощью разнообразных методов оценки, корректно определять маркетинговый бюджет.

Кроме того, важно правильно распределить функциональные обязанности членов команды в области маркетинга, возможность передачи некоторых функций на аутсорсинг или обосновать отсутствие такой необходимости.

При маркетинговом планировании необходимо опираться на результаты маркетинговых исследований, проведенные с помощью google-формы или опроса. Для обеспечения репрезентативности выборки, необходимо, чтобы в опросе приняло участие не менее 1% от доли, которую компания планирует занять на выбранном рынке.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю E1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

### **Специальный этап - 10% от общей оценки**

Специальный этап включен в модуль E1, служит для целей вариативности КОД, носит «спонтанный» характер и требуют оперативного реагирования участников.

Команды должны быстро адаптироваться к таким заданиям экспертной группы. Эти специальные задачи могут отличаться от общей темы ДЭ. Однако все эти задачи являются универсальными, и требуют предпринимательских навыков. Выполнение задач специальных модулей дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

### **3. НЕОБХОДИМЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ**

Отсутствуют.

## Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции R11 Предпринимательство

	Примерное время	Мероприятие
<b>Подготовительный день</b>	08:00 – 08:05	Получение главным экспертом задания демонстрационного экзамена
	08:05 – 08:20	Проверка готовности проведения демонстрационного экзамена, заполнение Акта о готовности/не готовности
	08:20 – 08:30	Распределение обязанностей по проведению экзамена между членами Экспертной группы, заполнение Протокола о распределении
	08:30 – 08:40	Инструктаж Экспертной группы по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	08:40 – 09:00	Регистрация участников демонстрационного экзамена
	09:00 – 09:30	Инструктаж участников по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	09:30 – 11:00	Распределение рабочих мест (жеребьевка) и ознакомление участников с рабочими местами, оборудованием, графиком работы, иной документацией и заполнение Протокола
	11.00 – 15.00	Проверка и заочное оценивание бизнес-планов
<b>День 1</b>	8.30 - 9.00	Прибытие участников и экспертов на площадку, регистрация, инструктаж по ОТ и ТБ
	9.00-9.05	Выдача задания по модулю В1
	9.05-9.10	Перемещение в рабочую зону
	9.10-10.10	Выполнение задания по модулю В1 (эксперты: обсуждение и оценивание БП)
	10.10-10.15	Перемещение в брифинг-зону
	10.15-11.25	Презентация наработок по модулю В1 (5 мин. + 2 мин)х10
	11.25-11.30	Выдача задания по модулю С1
	11.30-11.35	Перемещение в рабочую зону
	11.35-12.35	Выполнение задания по модулю С1
	12.35-12.40	Перемещение в брифинг-зону
	12.40-13.50	Презентация наработок по модулю С1 (5 мин. + 2 мин)х10

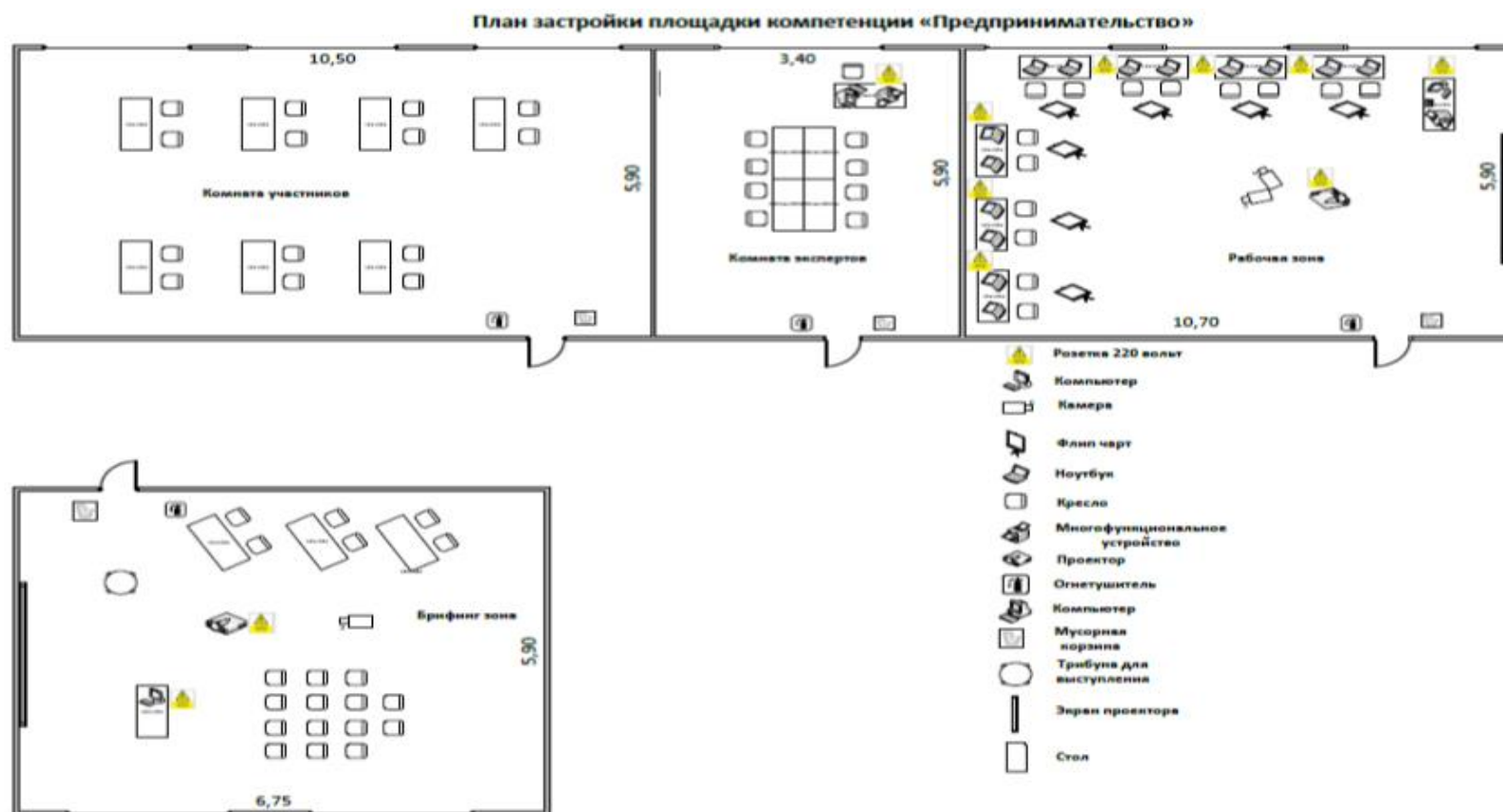


	13.50-14.30	Обед
	14.30-14.35	Выдача задания по модулю E1
	14.35-14.40	Перемещение в рабочую зону
	14.40-15.40	Выполнение задания по модулю E1
	15.40-15.45	Перемещение в брифинг-зону
	15.45-16.55	Презентация наработок по модулю E1 (5 мин. + 2 мин)х10
	16.55-17.00	Выдача задания по модулю E2 Специальный этап
	17.00-17.05	Перемещение в рабочую зону
	17.05-17.35	Выполнение задания по модулю E2
	17.35-18.00	Проверка задания по модулю E2
	18.00-19.00	Подведение итогов дня, внесение результатов в CIS, подписание протоколов, закрытие ДЭ

\* Если планируется проведение демонстрационного экзамена для двух и более экзаменационных групп (ЭГ) из одной учебной группы одновременно на одной площадке, то это также должно быть отражено в плане.

## План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции № R11 «Предпринимательство»

Пример плана застройки площадки в образовательной организации СПО на 7 рабочих мест



## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

Инфраструктурный лист для КОД № 1.1.