

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

«Южно-Уральский государственный колледж»

**РАССМОТРЕНО**

Председатель ПЦК «Управленческих  
дисциплин»

\_\_\_\_\_ Катаева Е.И.\_  
подпись председателя ПЦК

«07»июня 2023г

**Комплект**

**контрольно-оценочных средств**

**по учебной дисциплине**

**ОУДД.17 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ  
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

Программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)

по специальности СПО

**09.02.07 Информационные системы и программирование**

г. Челябинск, 2023г.

Разработчики:

ГБПОУ «ЮУГК»

преподаватель

Е.И. Катаева

Эксперты:

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

## Содержание

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Область применения .....	4
1.2. Система контроля и оценки освоения программы УД.....	9
1.2.1. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины .....	9
2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы .....	9
3. Задания для оценки освоения умений и усвоения знаний.....	10
3.1. Задания для проведения текущего контроля.....	10
3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации.....	20

## 1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

### 1.1. Область применения комплекта контрольно-оценочных средств

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины ОУДД. 17 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ (далее УД) программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) специальности СПО 09.02.07 Информационные системы и программирование.

**Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать:**

1. Формирование элементов общих компетенций (ОК):

Таблица 1.

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки
1	2	3
ОК 01  Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;  составить план действия; определить необходимые ресурсы;  владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	<i>Экспертная оценка на практическом занятии</i>  <i>Экспертная оценка выполнения самостоятельной работы</i>  <i>Экспертное оценивание презентационных материалов</i>  <i>Экспертная оценка защиты рефератов</i>  <i>Экспертная оценка защиты докладов</i>

<p>ОК 02</p> <p>Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска</p>	
<p>ОК 03</p> <p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие</p>	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p>	
<p>ОК 04</p> <p>Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	
<p>ОК 05</p> <p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	
<p>ОК 06</p> <p>Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p>	

<p>ОК 07</p> <p>Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	
<p>ОК 08</p> <p>Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p>	<p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	

## 2. Освоение умений и усвоение знаний

Таблица 2.

Освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата	№№ заданий для проверки
1	2	3
умение обосновывать суждения, давать	умеет грамотно обосновывать суждения, дает определения, приводит доказательства	

определения, приводить доказательства		
поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);	осуществляет поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);	
отделение основной информации от второстепенной, критическое оценивание достоверности полученной информации, передача содержания информации адекватно поставленной цели (сжато, полно, выборочно);	Избирателен к основной информации критически оценивает достоверность полученной информации, передает содержания информации адекватно поставленной цели (сжато, полно, выборочно);	
выбор вида чтения в соответствии с поставленной целью (ознакомительное, просмотровое, поисковое и др.);	ориентируется в виде чтения в соответствии с поставленной целью (ознакомительное, просмотровое, поисковое и др.);	
работа с текстами различных стилей, понимание их специфики; адекватное восприятие языка средств массовой информации	работает с текстами различных стилей, понимает их специфику; адекватно воспринимает язык средств массовой информации	
самостоятельное создание алгоритмов познавательной деятельности для решения задач творческого и поискового характера	самостоятельно подходит к решению задач творческого и поискового характера	
владение приёмами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза	владеет приёмами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза	
использование мультимедийных ресурсов и компьютерных технологий для обработки, передачи, систематизации информации, создания баз данных, презентации результатов познавательной и практической деятельности	уверенно использует мультимедийные ресурсы и компьютерные технологии для обработки, передачи, систематизации информации, создания баз данных, презентации результатов познавательной и практической деятельности	
владение основными видами публичных выступлений	владеет основными видами публичных выступлений (высказывания, монолог, дискуссия, полемика),	

(высказывания, монолог, дискуссия, полемика), следование этическим нормам и правилам ведения диалога (диспута).	следует этическим нормам и правилам ведения диалога (диспута).	
---	--	--

## 1.2 Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины

### 1.2.1. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины

Итоговый контроль освоения учебной дисциплины ОУДД.17 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий осуществляется на экзамене.

Условием допуска к экзамену является положительный результат текущего контроля успеваемости.

Экзамен проводится в виде презентации предпринимательского проекта в сфере креативных индустрий.

Предметом оценки освоения учебной дисциплины являются умения и знания.

Экзамен проводится с учетом результатов текущего контроля (рейтинговая система оценивания). Обучающийся, имеющий рейтинг не менее 95% освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «отлично».

Обучающийся, имеющий рейтинг не менее 85% освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «хорошо». Если обучающийся претендует на получение более высокой оценки, он должен выполнить задания на экзамене. Перечень заданий определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

Обучающиеся, имеющие рейтинг не менее 50%, выполняют на экзамене только задания, оценки за выполнение которых в рамках текущего контроля были ниже необходимых для положительной аттестации по накопительной системе.

Обучающиеся, имеющие рейтинг менее 30%, выполняют все экзаменационные задания.

## 2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

### Основные источники:

1. Прохорова, В. В. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / В. В. Прохорова. — Краснодар : КубГТУ, 2020. — 235 с. — ISBN 978-5-8333-0968-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167038>

### Дополнительные источники:

1. Мельников Н.К. Основы экономики и предпринимательства. – Мн.: Экоперспектива, 2018– 288с.
2. Козлова Е.П., Бабченко Т.Н., Таланта Е.Н. Бухгалтерский учет в малом предпринимательстве. М.: Финансы и статистика, 2017.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. В 2 Т. М.:



Республика, 1992.

### Нормативные документы

1. Конституция РФ

### Интернет ресурсы:

«Консультант Плюс» - законодательство РФ: кодексы, законы, указы (<http://www.consultant.ru>).

## 3. Задания для оценки умений и усвоения знаний

3.1. Задания для проведения текущего контроля по дисциплине:

### ОУДД.17 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий Тестирование

**Выберите правильный ответ:**

1. Укажите, что относится к личным источникам получения информации
- А) Поставщики
  - Б) Реклама
  - В) Семья
  - Г) Конкуренты

**Выберите несколько правильных ответов:**

2. Укажите виды интернет рекламы:
- А) SMM
  - Б) Растяжка
  - В) Баннер
  - Г) SEO

3. Вставьте недостающие элементы модели пяти сил конкуренции Портера:

- А) Фирмы из других отраслей, предлагающие товары – заменители;
- Б) Соперничество между конкурирующими продавцами
- В) Потенциальные конкуренты
- Г).....
- Д).....

**Установите соответствие:**

4. Соотнесите аббревиатуру SWOT – анализа с ее расшифровкой:

1. S	А) Сильные стороны
2. W	Б) Угрозы
3. O	В) Возможности
4. T	Г) Слабые стороны

**5. Установите правильную последовательность действий** по алгоритму креативного формирования идеи бизнеса с ее последующим развитием в систему решений:

- А) Поиск решений в формате продукта/услуги
- Б) Поиск идеи бизнеса
- В) Поиск проблемы потребителя
- Г) Поиск вариантов реализации решения

**Выберите правильный ответ:**

6. Укажите какой из предложенных элементов бизнес-модели позволит предпринимательской деятельности добиться успеха на рынке:

- А) предложенная потребителям ценность (customer value preposition);
- Б) формула прибыли (profit formula);
- В) ключевые ресурсы (key resources);
- Г) ключевые процессы (key processes).

**Выберите несколько правильных ответов:**

7. Отметьте что из представленных вариантов относится к видам целевой аудитории:

- А) H2O
- Б) B2B
- В) CO
- Г) B2C

**Выберите правильный ответ:**

8. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

- А) Географическому
- Б) Демографическому
- В) Поведенческому
- Г) Психологическому

**9. Вставьте недостающее слово:**

\_\_\_\_\_ – разделение потенциальных покупателей и заказчиков на целевые группы по схожим характеристикам.

**10. Установите соответствие** элементов модели «4Пи» маркетинга услуг:

1. Product	А) место
2. Place	Б) продукт
3. Price	В) продвижение
4. Promotion	Г) цена

**11. Установите соответствие** характеристик видов предпринимательской деятельности: производственной, коммерческой, финансовой

<b>1. Производственная</b>	А) Особый вид предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают деньги, иностранная валюта, ценные бумаги, продаваемые покупателю или предоставляемые в кредит
<b>2. Коммерческая</b>	Б) Состоит в продаже предпринимателем готовых товаров, приобретенных им у других лиц
<b>3. Финансовая</b>	В) Его основу составляет производство любой направленности: материальное, интеллектуальное, творческое

***Выберите правильный ответ:***

12. Какой элемент характеристики бренда можно определить с точки зрения экономического аспекта:

- А) Смысл для потребителя;
- Б) Сумма впечатлений и эмоций;
- В) Название, термин, знак, символ, рисунок
- Г) Набор ценностей и атрибутов

13. Какой элемент характеристики бренда можно определить с точки зрения психологического аспекта:

- А) качество товара;
- Б) сумма впечатлений и эмоций;
- В) идентификация товара;
- Г) дифференциация от конкурентов

***Выберите несколько правильных ответов:***

14. Укажите, какие из перечисленных функций относятся к функциям предпринимательской деятельности:

- А) Ресурсная
- Б) Производственная
- В) Организационная
- Г) Творческая

## **Решение практических задач.**

**15. Прочитайте текст задания и ответьте на вопросы:**

Рекламная компания имеет самый высокий процент текучести кадров среди специалистов по SMM-продвижению (текучесть достигает 40% в год). Работа специалистов по рекламе требует определенных знаний и навыков в области формирования стратегии продвижения и создания контента в социальных сетях для привлечения внимания целевого рынка. Обучение молодых специалистов производится непосредственно на рабочем месте в течение 2х недель.

Прием специалистов по рекламе осуществляется руководителем рекламной компанией. Кандидаты заполняют стандартную форму по личным данным (см. ниже) и проходят собеседование с руководителем, который принимает решение о приеме на работу.

Критерии оценки	Кандидат А	Кандидат Б	Кандидат В
1. Возраст	25	35	55
2. Стаж работы по специальности	1 год	5 лет	20 лет
3. Число организаций в которых работал кандидат	4	1	5
4. Образование	высшее	средне-специальное	высшее
5. Специальность	Реклама	Журналистика	Экономика и бухгалтерский учет
6. Семейное положение	не замужем	замужем	замужем
7. Место рождения	г. Москва	г. Челябинск	Челябинская область
8. Служба в вооруженных силах РФ	нет	нет	нет

**Вопросы к заданию 15:** Кого из кандидатов, данные на которых приведены, вы бы приняли на должность: Специалиста по SMM-продвижению? Какую информацию вы использовали? Какая информация оказалась лишней?

**16. Ознакомьтесь с карточкой предприятия (объекта рекламирования). Составьте бриф для будущего планирования рекламной кампании (Форма 1).**

**Карточка объекта рекламирования:**

Мы – предприятие «ОКО», которое занимается телевизионными охранными системами. Наше предприятие вышло на рынок три года назад. Мы успешно и динамично развиваемся, с каждым годом наращивая объемы производства и увеличивая свой ассортимент. Мы внимательно проверяем все сырьевые составляющие, следим за соблюдением технологии и контролируем качество выпускаемой продукции. Продукция нашего предприятия поступает на рынок частных домов и мелкого бизнеса.

География деятельности фирмы – Челябинская область с перспективой выхода на соседние регионы

В ближайшее время мы планируем выйти на рынок с профессиональными видеосистемами безопасности Neutral Intelligent Security System (NISS) малого бизнеса.

*Основные преимущества:*

–Функциональные возможности системы соответствуют системам профессионального уровня для банков и промышленного объектов.

- Возможность использования непрофессиональными пользователями.
- Низкая стоимость за счет «ноу-хау» в программном обеспечении-специальной математики, позволяющей сделать продукт действительно дешевле с сохранением функциональных возможностей.
- Простота производства- все компоненты – стандартные детали для ПК, требуется только сборка и тестирование.
- Детекторы, камеры и аксессуары могут быть использованы от любого brand name производителя.
- Использование модульного принципа расширения функций: от простых систем для охраны квартиры до сложных многофункциональных систем для охраны крупных многоэтажных особняков.
- Появление и быстрый рост класса людей, имеющих уровень дохода вышесреднего, являющихся владельцами или строящих загородные колледжи.
- Сложная криминальная ситуация, быстрый рост рынка технических средств безопасности.

*Основные потенциальные потребители продукции:*

- Владельцы собственных загородных особняков.

- Небольшие фирмы, магазины.

Наша новая продукция – принципиально новые профессиональные телевизионные системы. IR- пульт управления системой позволяет выбирать и просматривать видеокадры. Цифровые методы обработки изображений, заложенные в системе, позволяют улучшить качество получаемых снимков, увеличивать и подчеркивать интересующие Вас детали

*Опции:*

1. Устройства оповещения;
2. Устройство голосового управления;
3. Телекамера - дверной глазок,

*Сегменты:*

1. Престижные магазины и салоны;
2. Малые производственные предприятия;
3. Офисы кампаний
4. Банки, финансовые компании
5. Государственные подведомственные пансионаты и санатории;
6. Объекты государственной важности.

#### *Анализ конкурентоспособности товара «ОКО»*

№№ п/п	Основные выполняемые функции	NISS	Видео домофон	VTR+MUX	Видео детекторы
1	Детекция движений в помещениях	есть	нет	нет	есть
2	Детекция движений вне помещений	есть	нет	нет	ненадежн.
3	Многоканальная видеокommunikация	есть	нет	есть	нет
4	Тотальная многоканальная видеозапись	есть	нет	есть	нет
5	Мгновенная запись 1-х кадров тревоги	есть	нет	нет	нет
6	Оповещение голосом о тревоге	есть	нет	нет	нет
7	Дополнительный контроль за охранными датчиками	до 16	1-2 датчика	есть	нет
8	Управление сканерами и оптикой телекамер	есть	нет	нет	нет
9	Управление устройством контроля доступа	до 10	эл. замок	нет	нет
10	Цифровое качество видеозаписи	есть	есть	нет	нет
11	Возможность электронного улучшения и увеличения видеокадров	есть	нет	нет	нет

12	Возможность дистанционного просмотра видеоархива из авто	есть	нет	нет	нет
13	Легкость управления для непрофессионалов	высокая	высокая	низкая	низкая
14	Цена	низкая	низкая	средняя	высокая

**Продолжительность рекламной кампании – 5 месяцев.**

**Общий бюджет – 2720 000 рублей.**

**Форма 1. БРИФ (таблица)**

Показатель	Характеристика

17. Отредактируйте пост, посвященный рекламе товарных линеек корма для собак: Sobakka Small и Sobakka Small Sensitive.

**Каким должен быть рацион для собак небольших размеров?**

Вне всякого сомнения, при подборе корма для маленьких собак, нужно учитывать особенности и потребности их организма:

- ✓ чувствительное пищеварение,
- ✓ склонность к образованию зубного камня,
- ✓ привередливость в питании,
- ✓ склонность к заболеваниям мочевыделительной системы.

Также рацион небольших собак зависит от активности, возраста, а также индивидуальных особенностей. Казалось бы, подобрать идеальное питание очень сложно, но наши новые линейки учитывают все эти особенности и потребности домашних животных!

Мы постоянно разабатываем и совершенствуем новые составы чтобы вы тратили меньше времени на заботу о здоровье своего питомца и больше — на общение с ним.

**18. Ознакомьтесь с карточкой предприятия (объекта рекламирования). Составьте бриф для будущего планирования рекламной кампании (Форма 1).**

**Карточка объекта рекламирования:**

Известный отель после смены владельцев нуждается в ребрендинге и рекламной кампании.

Отель недавно сменил владельца и нуждается в частичном ребрендинге и увеличении количества туристов и проживающих.

Наше месторасположение:

Москва, Измайловский бульвар, д.24

Единый телефон: +7 958 958-58-58

Эл.почта офиса: ipavlov01@gmail.com

Почему мы?

*Современный отель* размещен в кирпичном здании XIX века.

*Отличное расположение* для гостей в шаговой доступности от двух станций Метро.

*Уютный Измайловский бульвар* – прекрасное место для прогулок и релаксации

*Доступные цены.* Стандартный двухместный номер от 3 100 рублей/сутки.

*Высокие рейтинги.* Входим в рейтинговую пятерку отелей Первомайского района.

Отличный ресторан (бизнес-ланч от 450 руб., стандартный ужин от 750 руб./чел.) До 8 вариантов завтрака со средним чеком 360 руб./чел

Ежедневная уборка номеров.

Большое количество бонусных программ

**Продолжительность рекламной кампании – 3 месяца.**

**Бюджет РК – 1 730 000 рублей.**

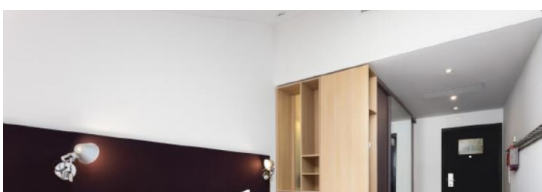
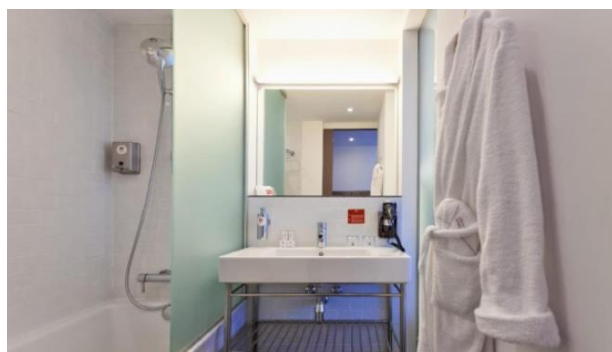
Мы нуждаемся:

В увеличении клиентской базы партнеров из числа туристических компаний

В подготовке к участию в специализированных выставках

В увеличении количества индивидуальных и коллективных заказов

В увеличении загрузки нашего ресторана





**Форма 1. БРИФ (таблица)**

Показатели	Характеристика

**Эталоны ответов по тестированию:**

<i>№ вопроса</i>	<i>Ответ</i>	<i>Баллы</i>
1.	В	1
2.	А,Г	(0.5x2)=1
3.	Поставщики, покупатели	(0.5x2)=1
4.	1 –А, 2 – Г, 3-В, 4- Б	(0.25x4)=1
5.	1-В, 2-Б, 3-А, 4-Г	(0.25x4)=1
6.	А	1
7.	Б, Г	(0.5x2)=1
8.	Б	1
9.	Сегментация	1
10.	1 – Б, 2-А, 3-Г, 4- В	(0.25x4)=1
11.	1-В, 2-Б, 3-А	(0,33 x 3) = 1
12.	В	1
13.	Б	1
14.	А, В, Г	(0,33 x 3) = 1
<b>Эталоны ответов на практические задачи</b>		
<b>№ вопроса</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Баллы</b>
15	1. Выбор кандидата	1
	2. Обоснование выбора	2
	3. Выделение важных критериев для выбора кандидата (критерии №№1-5)	1
	4. Выделение лишнего критерия оценки кандидата критерии (№№7, 8)	1
16	1. Наличие в брифе информации о компании, продвигаемом товаре/услуге	1
	2. Наличие в брифе описания целей (цели) РК	1
	3. Наличие в брифе информации о ЦА	1

17	4. Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика		1
	5. Бриф подходит для планирования РК		1
	Каким должен быть рацион для собак небольших размеров?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Исправление опечатки</li> </ul>	1
	<del>Вне всякого сомнения</del> , при подборе корма для маленьких собак, нужно учитывать особенности <del>и потребности</del> их организма:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Убрана вводная конструкция «вне всякого сомнения», которая не несёт смысловой нагрузки.</li> <li>• Убрана запятая после «собак».</li> <li>• Убрано «и потребности», потому что дальше в списке только особенности — про потребности ничего нет.</li> </ul>	1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ чувствительное пищеварение,</li> <li>✓ склонность к образованию зубного камня,</li> <li>✓ привередливость в питании,</li> <li>✓ склонность к заболеваниям мочевыделительной системы,</li> <li>✓ активность,</li> <li>✓ возраст,</li> <li>✓ индивидуальные особенности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Исправлены ошибки.</li> <li>• Добавлены три пункта в список: они тоже относятся к особенностям, нет никакого смысла выносить их в отдельное предложение.</li> </ul>	1
	Казалось бы, подобрать идеальное питание очень сложно, но наши новые линейки <b>Sobakka Small</b> и <b>Sobakka Small Sensitive</b> учитывают все эти нюансы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новые линейки названы, иначе совершенно непонятно, что рекламируется.</li> <li>• Убрано повторение: «особенности и потребности домашних животных» заменено словом, например, «нюансы»</li> </ul>	1
	Мы постоянно разрабатываем и совершенствуем новые составы, чтобы вы тратили меньше времени на заботу о здоровье своего питомца	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Исправлена опечатка.</li> <li>• Добавлена пропущенная запятая.</li> </ul>	1

	и больше — на общение с ним.		
18	1. Наличие в брифе информации о компании, продвигаемом товаре/услуге		1
	2. Наличие в брифе описания целей (цели) РК		1
	3. Наличие в брифе информации о ЦА		1
	4. Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика		1
	5. Бриф подходит для планирования РК		1

### **Критерии оценок**

22-24 балла оценка «5»

19-21 балла оценка «4»

16-18 балла оценка «3»

Менее 15 баллов оценка «2»

### **3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине:**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме презентации предпринимательских проектов. Итогом защиты установлена дифференцированная оценка за комплексный экзамен.

**Основные требования к структуре проекта и содержанию ее разделов:**

#### ***Название предприятия***

#### ***Раздел 1. Актуальность предпринимательской деятельности:***

Данный раздел включает в себя:

1. Анализ рынка выбранного направления предпринимательской деятельности (низкая конкурентность, наличие спроса - статистика запросов, отсутствие уникальности из предложенных на рынке продуктов и т.п.)
2. Вывод, в содержании которого демонстрируется наличие проблемы рынка (т.е. потребительской боли), возможность создания и развития выбранной предпринимательской деятельности, позволяющая решить данную проблему рынка.

*Максимальное количество слайдов данного раздела: 5*

Рекомендации:



### Результаты анализа рынка:

предоставить результаты ваших запросов в интернет-ресурсах для анализа рынка (российских и зарубежных источниках)

- предоставить основные статистические показатели востребованности темы, используя инструмент «Яндекс. Статистика»
- предоставить результаты анализа конкурентов по 4-м критериям: уровень цен, ассортимент и качество товаров и услуг, стратегия продвижения, каналы сбыта

## ***Раздел 2. Бизнес-идея***

Данный раздел включает в себя:

1. Описание вашего продукта/услуги (что покупает клиент?)
2. Описание целевой аудитории (ЦА)

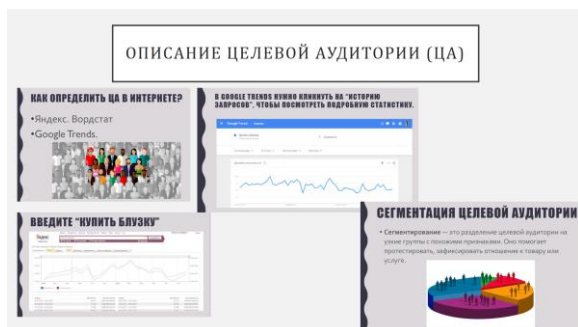
*Максимальное количество слайдов данного раздела: 5*

Рекомендации:

1. Описание вашего продукта/услуги (что покупает клиент?):
  - Какую проблему решает ваш продукт/услуга?
  - За счет чего конкретно удовлетворяется потребность целевой аудитории?

- Почему выберут именно ваш продукт/услугу? (опишите уникальность вашего продукта)

## 2.Описание целевой аудитории (ЦА)



## *Раздел 3. Продвижение бизнес-идеи*

Данный раздел включает в себя:

- 1.Как ваш клиент узнает о вашем продукте/услуге
- 2.Делаем рекламу вашего продукта / услуги

Максимальное количество слайдов данного раздела: 5

Рекомендации:

1.Как ваш клиент узнает о вашем продукте/услуге:

- **Формулировка целей** создания и продвижения продукта/услуги по системе SMART
- **Выбор и обоснование выбора ресурсов продвижения** продукта/услуги (описание средств маркетинговой коммуникации: маркетплейсы, социальные сети, рассылка через мессенджеры и т.п.)
- **Разработка маркетингового плана продвижения** продукта/услуги (Собственно, в этом пункте должны быть расписаны все маркетинговые мероприятия, которые направлены на устранение проблем и достижения целей. Например, Вам нужно реанимировать клиентов, значит в этом этапе Вы прописываете, как это сделать: организовать мастер-класс, устроить VIP [распродажу](#), сделать [рассылку](#) со спец. предложением, позвонить или создать цепочку [E-mail](#) писем.)
- **Демонстрация примеров продвижения продукта/услуги** (содержание контента в социальной сети В Контакте, спец.предложение для рассылки, содержание мастеркласса, SEO-карточка и т.п.)

2. Делаем рекламу вашего продукта / услуги:

- **Описание концепта** представления фирменного стиля продукта/организации по оказанию услуг (описание идеи, замысла...)
- **Представление названия** продукта/организации по оказанию услуг
- **Логотип**
- **Слоган**

- **Айдентика** (это визуальная система идентификации бренда, внешний образ компании в глазах клиентов, сотрудников и общества. Самый привычный и понятный элемент айдентики — логотип компании. Не нужно указывать название, чтобы понять, какой компании принадлежит логотип. Проще говоря, айдентика бренда — это комплекс шрифтов, цветов, изображений, стилей, которые используются во всем визуале, будь это сайт, визитка или меню, которое подают в ресторане.)

#### ***Раздел 4. Экономические и правовые аспекты бизнес-идеи***

Данный раздел включает в себя:

1. Описание затрат на ведение деятельности
  2. Определение формы собственности ведения бизнеса
- Максимальное количество слайдов данного раздела: 5

Рекомендации:

1. Описание затрат на ведение деятельности:
  - Выбор поставщиков сырья и расходных материалов производства продукта/услуги,
  - Расчет затрат на сырье и материалы,
  - Расчет затрат на аренду помещения (если есть в этом потребность)
  - Расчет затрат на рекламу
  - и пр.)
2. Определение формы собственности ведения бизнеса:
  - Обоснование преимуществ выбранной формы собственности:
    - индивидуальный предприниматель,
    - самозанятый,
    - общество с ограниченной ответственностью.
  - Выбор системы налогообложения
  - Законодательные требования и ограничения по организации и ведению бизнеса.

#### ***Общие требования к защите вашего проекта бизнес-идеи:***

1. Общее количество слайдов не более 20 (без учета титульного и заключительного слайдов)
2. Время доклада на 1 выступающего – не более 7 минут, на вопросы – 3 минуты (общее время на 1 обучающегося – 10 минут)
3. Содержание речи докладчика должно совпадать с демонстрируемыми слайдами
4. В слайде должно быть минимум текста. Предпочтение отдается графикам, диаграммам, фотографиям, рисункам, таблицам и т.п. Текст проговаривает докладчик. Все представленные диаграммы, графики необходимо подытожить лаконичными выводами
5. В докладе не используются местоимения: Я изучил, я выявил и т.п. Заменяем на: при исследовании... было выявлено....

### **ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА**

Показатели оценки по выполнению задания: предпринимательский проект:

<b>Показатели оценки</b>	<b>не выполнил</b>	<b>выполнил</b>	<b>Балл 0-1</b>
1.Присутствует название компании			
2. Написано, чем занимается компания			
<b>Раздел 1. Актуальность предпринимательской деятельности</b>			
3.Проведен анализ рынка (спрос и предложения)			
4.Предоставлены данные Wordstat по актуальности выбранного направления			
5.Обоснована уникальность данного направления деятельности			
<b>Раздел 2. Бизнес идея</b>			
6.Сформулирована проблема, которую решает продукт			
7.Сформулированы конкурентные преимущества продукта			
8.Обоснована уникальность продукта			
9.Описана целевая аудитория			
<b>Раздел 3. Продвижение бизнес-идеи</b>			
10.Сформулированы цели продвижения			
11.Выбраны средства продвижения			
12.Представлено обоснование выбора			
13.Представлен маркетинговый план продвижения. Медиапланирование			
14.Представлены различные примеры продвижения продукта на рынок (от 3)			
15.Представлена концепция представления фирменного стиля			
16.Указано название продукта			
17.Представлен логотип (2-3 варианта))			
18.Сформулирован слоган (2-3-варианта))			
19.Выполнение работ по айдентике бренда			
<b>Раздел 4.Экономические и правовые аспекты бизнес-идеи</b>			
20.Представлен выбор поставщиков сырья и материалов			

21.Представлен расчеты на ведение деятельности бизнес-проекта (развернуто)			
22.Представлены затраты на рекламу			
23.Определена форма собственности ведения бизнеса			
<b>Оценка личных показателей</b>			
24.Соблюдены требования по таймингу			
25.Соблюдены требования по количеству слайдов			
26.Текст в презентации читаем			
27.Слайды содержат одинаковые элементы оформления(цвет, фон, шрифт))			
28.Выступающий владеет материалом			
29.Проявляет самостоятельность при рассказе (наличие своей логики изложения)			
30.Наличие выводов в изложении и презентации			
Итого баллов			

По каждой выполненной задаче экзаменуемый получает баллы от 0 до 1.

**0- не выполнена задача**

**1- задача выполнена**

**Критерии оценки за экзамен по дисциплине:**

28 – 30 баллов – оценка отлично

25-27 – хорошо

20-24 – удовлетворительно

менее 20 баллов – проект отправляется на доработку.