

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

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

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,<br>промежуточной аттестации по итогам освоения учебной<br>дисциплины ..... | 9  |
| 2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов,<br>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 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

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

1. Формирование элементов профессиональных компетенций (ПК) и элементов общих компетенций (ОК):

Таблица 1.

| Профессиональные и общие компетенции   | Показатели оценки результата  | Средства проверки  |
|--|---|--|
| 1  | 2   | 3  |
| ПК 1.1 Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий | Осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования, формировать готовое техническое задание в соответствии с требованиями к структуре и содержанию, выполнять процедуру согласования (утверждения) с заказчиком. | <i>Экспертная оценка на практическом занятии</i><br><br><i>Экспертная оценка выполнения самостоятельной работы</i><br><br><i>Экспертное оценивание презентационных материалов</i><br><br><i>Экспертная оценка защиты рефератов</i><br><br><i>Экспертная оценка защиты докладов</i> |
| ПК 2.1 Создание графических дизайн – макетов продукта                                    | Выполнение работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ, определение потребности в программных продуктах,   |  |



|   |  |  |
|---|--|--|
|   | материалах и оборудовании, осуществление комплектации.   |  |
| ПК 3.1 Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий  | <p>Анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности.</p> <p>Разработка предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков</p>   |  |
| <p>ОК 01</p> <p>Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> | <p>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;</p> <p>составить план действия; определить необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> |  |
| ОК 02   | определять задачи для поиска информации; определять  |  |



|  |   |  |
|--|---|--|
| Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности  | необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска |  |
| ОК 03<br><br>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие  | определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования |  |
| ОК 04<br><br>Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами  | организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности   |  |
| ОК 05<br><br>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе  |  |
| ОК 06<br><br>Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности  | применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение   |  |
| ОК 07  | понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы   |  |



|   |   |  |
|---|---|--|
| Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках   | (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     |  |
| ОК 08<br><br>Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере | 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 |  |

## 2. Освоение умений и усвоение знаний

Таблица 2.

| <b>Освоенные умения, усвоенные знания</b>                                  | <b>Показатели оценки результата</b>   | <b>№№ заданий для проверки</b> |
|--|---|--------------------------------|
| 1  | 2   | 3                              |
| умение обосновывать суждения, давать определения, приводить доказательства | умеет грамотно обосновывать суждения, дает определения, приводит 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 (высказывания, монолог, дискуссия, полемика),  | владеет основными видами публичных выступлений (высказывания, монолог, дискуссия, полемика), следует этическим нормам и правилам ведения диалога (диспута).   |  |



|   |  |  |
|---|--|--|
| следование 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 ОП 06. 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:

#### **ОП.06 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 proposition);  
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) Психографическому

**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 multifunctional систем для охраны крупных многоэтажных особняков.
- Появление и быстрый рост класса людей, имеющих уровень дохода выше среднего, являющихся владельцами или строящих загородные коттеджи.
- 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 видеокadres. 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»*

| №№<br>п/п | Основные выполняемые<br>функции                             | NISS  | Видео<br>домофон | VTR+MUX | Видео<br>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 видеокadres | 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 разрабатываем 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](mailto: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.**

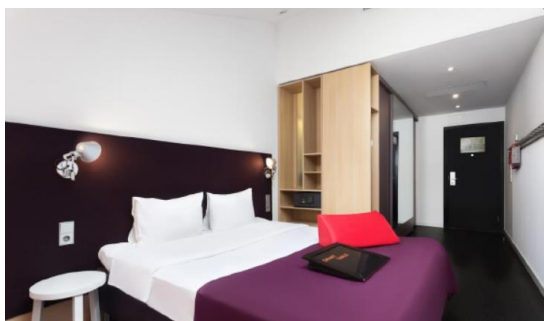
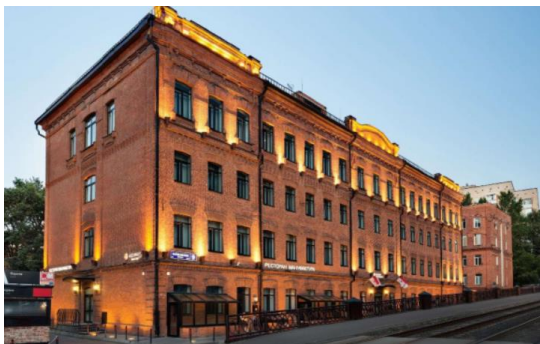
Мы нуждаемся:

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



стика





|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**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 |

**Эталоны ответов на практические задачи**

| <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            |
|                  | 4. Наличие в брифе информации о конкурентных преимуществах Заказчика | 1            |
|                  | 5. Бриф подходит для планирования РК                                 | 1            |



|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| 17 | 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 и больше — на общение с ним.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Исправлена опечатка.</li> <li>• Добавлена пропущенная запятая.</li> </ul>  | 1 |
| 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:

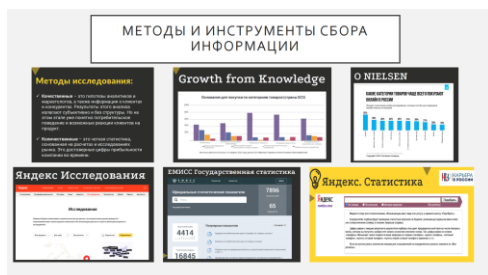
1. Анализ рынка выбранного направления предпринимательской деятельности (низкая конкурентность, наличие спроса - статистика запросов, отсутствие уникальности из предложенных на рынке продуктов и т.п.)
2. Вывод, в содержании которого демонстрируется наличие проблемы рынка (т.е. потребительской боли), 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><i>Показатели оценки</i></b>      | <b><i>не выполнил</i></b> | <b><i>выполнил</i></b> | <b><i>Балл 0-1</i></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.