



**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ № 1.1
для демонстрационного экзамена по стандартам
Ворлдскиллс Россия по компетенции
«Предпринимательство»**

1. Паспорт Комплекта оценочной документации № 1.1

R11 Предпринимательство

КОД разработан в целях организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по специальностям среднего профессионального образования 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), 38.02.04 Коммерция (по отраслям), 38.02.06 Финансы, 28.02.07 Банковское дело, 42.02.01 Реклама

(из перечня профессий среднего профессионального образования и перечня специальностей среднего профессионального образования, утвержденных приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 года №1199).

Перечень знаний, умений, навыков в соответствии со Спецификацией стандарта компетенции Предпринимательство (WorldSkills Standards Specifications, WSSS), проверяемый в рамках комплекта оценочной документации

Таблица 1

	Раздел	Важность (%)
1	Бизнес-план	10
	Специалист должен знать и понимать: <ul style="list-style-type: none">• роль и значение бизнес-плана;• методологию и процессы развития бизнес-идеи;• методы оценки выполнимости бизнес-идеи;• методы оценки устойчивости бизнес-идеи;• коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней;• важность выбора подходящего названия компании;• процессы принятия решений для определения товаров и услуг, на продаже которых может основываться бизнес;• методы определения круга потенциальных покупателей;• методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах;• как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи.	
	Специалист должен уметь: <ul style="list-style-type: none">• развивать идеи до бизнес-предложений;• оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;	

	<ul style="list-style-type: none"> • оценивать риски, связанные с бизнесом; • формировать и анализировать (сравнивать, соотносить) бизнес-концепции; • предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации); • применять методы принятия оптимальных решений; • принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес- модели; • интегрировать экономические, экологические и социальные критерии в построение средне- и долгосрочных планов, тем самым обретая конкурентное преимущество; • обосновывать и оценивать цели и ценности; • с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; • представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.). 	
2	Организация работы	5
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • значение эффективного планирования и организации труда; • положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; • важность поддержания рабочего места в порядке, • принципы оценивания и техники обеспечения качества. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять проактивный подход к приобретению знаний и развитию навыков; • использовать современные технологии; • поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, в соответствии с техникой безопасности и нормами охраны труда, и способствовать выполнению этих норм; • пользоваться всем оборудованием в соответствии с техникой безопасности и инструкциями производителей; • выбирать подходящие методы для каждого задания; • планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок 	
3	Формирование навыков коллективной работы и управление	5
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • важность постоянного профессионального роста; 	

	<ul style="list-style-type: none"> • важность слаженной командной работы; • сильные и слабые стороны каждого члена команды; • перспективы для достижения успеха команды. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; • оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; • оценивать роль каждого человека; • разрабатывать подходящие стратегии для разрешения сложных ситуаций во время совместной работы; • справляться со стрессовыми ситуациями; • использовать методы принятия решений, опираясь на мнение команды; • уважать мнение других членов команды. 	
4	Целевая аудитория	10
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • важность определения целевой аудитории бизнеса; • определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама; • способы определения целевой аудитории; • методы анализа целевых аудиторий; • характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь; • методы определения размера целевой аудитории; • коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценить значение целевых аудиторий; • распознавать различные целевые аудитории; • анализировать целевые аудитории; • определять целевые аудитории; • применять методы принятия оптимальных решений, 	
	<p>касающихся целевых аудиторий;</p> <ul style="list-style-type: none"> • описывать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг; • принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям; • оценивать размер целевой аудитории; • анализировать точность описания целевых аудитория для различных товаров/услуг; • эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью; 	

	<ul style="list-style-type: none"> • обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий. 	
5	<p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга</p> <p>10</p> <p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • различные маркетинговые стратегии; • конкретные цели маркетинга; • цели маркетингового планирования; • тактики продвижения товаров/услуг на рынке; • выбор времени для маркетинговых мероприятий; • стоимость целенаправленных маркетинговых мер; • 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion); • взаимовлияние элементов 4 «Р»; • потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса; • влияние маркетинговых мероприятий на успех компании; • важную роль рекламы; • разнообразие рекламных стратегий; • разнообразие рекламных средств; • преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; • недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; • стоимость отдельных рекламных мероприятий; • эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний; • эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия; • возможность аутсорсинга. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пояснять значение маркетинга для бизнеса; • принимать необходимые решения для реализации маркетинговых мероприятий; • разрабатывать маркетинговый план для компании; • принимать в расчет формулу 4 «Р» для маркетинговых мероприятий; • объяснять формулу 4 «Р», применительно к определенным товарам и услугам; • принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р»; • понимать важную роль рекламы; • оценивать разные средства рекламы; • оценивать разные рекламные стратегии; • видеть преимущества различных рекламных стратегий 	

	<p>применительно к конкретным товарам и услугам;</p> <ul style="list-style-type: none"> • видеть преимущества различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам; • видеть недостатки различных рекламных стратегий применительно к конкретным товарам и услугам; • видеть недостатки различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам; • рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; • оценивать эффективность рекламных мероприятий; • обосновывать проведение определенных маркетинговых мероприятий; • объяснять маркетинговые мероприятия разным аудиториям и с разной целью; • обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий. 	
11	Специальный этап (см. Экзаменационное задание)	10
	Всего	50

Обобщенная оценочная ведомость

В данном разделе определяются критерии оценки и количество начисляемых баллов (субъективные и объективные)

Общее количество баллов задания/модуля по всем критериям оценки составляет 50.

Критерий		Баллы		
		Мнение экспертов (субъективные)	Измеримая (объективная)	Всего
A1	Бизнес-план команды	3	7	10
B1	Наша команда и бизнес-идея	3	7	10
C1	Целевая группа	5	5	10
E1	Маркетинговое планирование	3	7	10
E2	Специальный этап	6	4	10
Всего		20	30	50

Таблица 3

Таблица соответствия баллов ФНЧ и ДЭ по КОД 1.1.

Критерий		Баллы	
		ФНЧ	ДЭ по КОД 1.1.
A1	Бизнес-план команды	10	10
B1	Наша команда и бизнес-идея	10	10
C1	Целевая группа	10	10

D1	Планирование рабочего процесса	10	-
E1	Маркетинговое планирование	10	10
F1	Устойчивое развитие	5	-
G1	Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели	10	
H1	Продвижение фирмы/проекта	20	-
СЭ	Специальный этап	15	10
Всего		100	50

Количество экспертов, участвующих в оценке выполнения задания

1. Минимальное количество экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по компетенции Предпринимательство 4 человека (3 основных эксперта + 1 запасной эксперт).

Количество постов-рабочих	1	2	3	15
Количество студентов							
2	4						
4		4					
6			4				
8				4			
...					4		
...						4	
30							4

2. Дополнительное количество экспертов не рассчитывается.

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

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



2. Задание для демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по компетенции «Предпринимательство» (образец)

Задание включает в себя следующие разделы: Формы участия

Модули задания и необходимое время Критерии оценки Необходимые приложения

Количество часов на выполнение задания: 3,93 ч.

1. ФОРМА УЧАСТИЯ

ВНИМАНИЕ!

Командная (в команде два участника).

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 экзаменационных 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.

Максимальное количество команд в одном потоке - 10.

2. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в таблице 1

п/п	Номер и/или наименование модуля	Максимально возможный балл	Продолжительность
1	Модуль А1. Бизнес-план команды	10,00	Заочная проверка в день С-1
2	Модуль В1. Наша команда и бизнес-идея	10,00	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду
3	Модуль С1. Целевая группа	10,00	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду на основной модуль

4	Модуль Е1. Маркетинговое планирование	10,00	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду
5	Модуль Е2. Специальный этап	10,00	30 мин +3 минуты на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую (возможно вариант письменного полнения задания 30 мин+ 30 мин проверка)
	ИТОГО:	50,00	

СТРУКТУРА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Модуль А1: Бизнес-план команды - 10% от общей оценки

Модуль В1: Наша команда и бизнес-идея - 10% от общей оценки

Модуль С1: Целевая группа - 10% от общей оценке

Модуль Е1: Маркетинговое планирование - 10% от общей оценки

Модуль Е2: Специальный этап - 10% от общей оценки

ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Модуль 1. А1: «Бизнес-план» - 10% от общей оценки

Команда разрабатывает бизнес-план. Команда должна направить электронную копию Бизнес-плана, а также, цветной информационно-рекламный плакат по проекту в электронном виде формата А3 и демонстрационный видео ролик о команде продолжительностью до 90 секунд на адрес Главного эксперта Демонстрационного экзамена не позднее 09.00 часов дня С-4.

Все представляемые материалы заверяются экзаменуемыми (подписи экзаменуемых, подтверждающие авторство).

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru/> или аналогичной (уточняется на форуме и в Методическом письме). Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования должен составлять не более 30%.

Три бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены до начала экзамена (не позднее 09.00 часов в День С-1).

Не представление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов.

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться (с дня С-4) и оцениваться (с дня С-1) экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 10% общей оценки команды.

Формат письменных материалов:

1. 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 в начале и твердую обложку в конце. Все что представлено является частью бизнес-плана. Могут быть также использоваться лицевая и обратная стороны листа. Вводится сквозная нумерация страниц и таблиц.

2. 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. Допускается применение диаграмм как построенных на компьютере, так и вручную. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

3. На титульном листе должно быть указано название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и даты представления.

4. Вторая страница - Оглавление.

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

6. Бизнес-план выполняется, как минимум, в соответствии с разделами, перечисленными ниже:

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

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

Приветствуется применение в ходе работы над проектом и разработки бизнес-плана софта 1С в малом бизнесе.

Модуль 2. В1: «Наша команда и бизнес-идея» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает разделы «Организация работы», «Формирование навыков коллективной работы и управление» и «Презентация компании» Спецификации стандартов.

В рамках данного модуля экзаменуемым предстоит определиться с названием команды, которое должно быть оригинальным, определить роли каждого из участников в бизнесе, договориться о системе принятия решений и контроле за их реализацией, осмыслить наиболее сильные деловые и личностные качества каждого, значимые для реализации данной бизнес-идеи, сформулировать не менее трех ключевых факторов успеха своей команды, а также перспективы дальнейшего профессионального роста участников бизнес - проекта.

Участникам необходимо разработать и распечатать черно-белый плакат формата А4, содержащий данные участников, их фотографии, контакты, сильные стороны участников проекта. Может быть представлена и другая значимая информация.

Необходимо показать, каким образом команде удалось выйти на конкретную бизнес-идею и как был осуществлен выбор конкретной идеи, требуется обосновать свой выбор метода.

В этом модуле предьявляется непосредственно сама бизнес -идея (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи. Кроме того, необходимо указать не менее 3 конкурентных преимуществ планируемого бизнеса. Требуется как можно более точно и полно описать продукт или услугу - их качественные характеристики, очевидную полезность (выгоду) для потребителя.

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.

Участники представляют (на русском языке и с кратким резюме на английском) итоги своей работы экспертам с использованием различных инструментов визуализации (плаката, web-презентации в PowerPoint, флипчарта, необходимого раздаточного материала). В ходе презентации члены команды должны продемонстрировать свои ораторские, коммуникативные способности.

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

Модуль 3. С1: «Целевая группа» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Целевая аудитория» Спецификации стандартов.

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.

Команда должна, с использованием методологии и инструментов экономико-статистического аппарата, а также официальных статистических данных, коммуникационных приемов, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении. Участники должны обосновать и определить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой группы, 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.

Модуль 4. Е1: «Маркетинговое планирование» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Маркетинговое планирование/Формула маркетинга» Спецификации стандартов.

Участникам, с помощью методов стратегического анализа, необходимо выработать маркетинговую стратегию, определить 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. Участники

должны разработать детальный маркетинговый план для этапа запуска проекта, а также этапа дальнейшего развития компании.

В соответствии со стратегией участникам необходимо выбрать и обосновать рекламную модель. В соответствии с моделью необходимо определить и обосновать основные рекламные мероприятия и уметь рассчитывать их стоимость и анализировать эффективность применения с помощью разнообразных методов оценки.

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

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

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

Модуль 5. Е2: Специальный этап - 10% от общей оценки

Команды должны быстро адаптироваться к таким заданиям экспертов. Этот специальный этап может отличаться от общей темы экзамена. Однако специальный этап является универсальным и требует предпринимательских навыков. Выполнение задач специальных модулей дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

В данном разделе определены критерии оценки и количество начисляемых баллов (субъективные и объективные) в Таблице 2.

Общее количество баллов задания/модуля по всем критериям оценки составляет 50.

Таблица 2.

	Критерий	Баллы		
		Мнение экспертов (субъективные)	Измеримая (объективная)	Всего
A1	Бизнес-план команды	3	7	10
B1	Наша команда и бизнес-идея	3	7	10
C1	Целевая группа	5	5	10
E1	Маркетинговое планирование	3	7	10
E2	Специальный этап	6	4	15
Всего		20	30	50