



**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ № 1.3
ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПО
СТАНДАРТАМ ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ
ПО КОМПЕТЕНЦИИ № R11
«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»
(ДАЛЕЕ – ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН)**

СОДЕРЖАНИЕ

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.3 по компетенции R11 «Предпринимательство».....	3
Задание для демонстрационного экзамена по комплекту оценочной документации № 1.3 по компетенции R11 Предпринимательство (Образец).....	23
Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.3 по компетенции R11 Предпринимательство	34
План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.3 по компетенции № R11 «Предпринимательство»	36
ПРИЛОЖЕНИЕ	37

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.3 по компетенции R11 «Предпринимательство»

Комплект оценочной документации (КОД) № 1.3 разработан в целях организации и проведения Демонстрационного экзамена по компетенции R11 «Предпринимательство» и рассчитан на выполнение заданий продолжительностью 4 часа (на одну команду - выполнение модулей и проведение презентаций по ним).

КОД № 1.3 может быть рекомендован для оценки освоения основных профессиональных образовательных программ и их частей, дополнительных профессиональных программ и программ профессионального обучения, а также на соответствие уровням квалификации согласно Таблице (Приложение).

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

Таблица 1.

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

	<ul style="list-style-type: none"> ● важность соблюдения авторских прав, относительно использования аудио, видео, графических и прочих материалов; ● доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план); ● способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● различать типы бизнес-планов (коммерческо – производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»); ● делать обоснованный выбор подходящего типа бизнес-плана; ● разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план предпринимательского проекта; ● развивать идеи до коммерческих предложений; ● оценивать риски, связанные с бизнесом; ● создавать и анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса; ● 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; ● проводить анализ ближнего и внешнего окружения; ● обосновывать ценности и оценивать миссию проекта/бизнеса и цели; ● с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; ● представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.); ● получить независимую оценку/рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план); ● продемонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности 	
4	Целевая аудитория	5
	Специалист должен знать и понимать:	

	<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; ● модели принятия решений в B2B продажах, особенности B2C продаж; суть B2G бизнеса; ● 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, касающихся целевых аудиторий; ● 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; ● обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий. 	
5	Бизнес-процесс	10
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● суть бизнес-процессов, которые управляют функционированием системы (управляющие: корпоративное управление, стратегический менеджмент); ● суть бизнес-процессов, которые составляют основной бизнес компании и создают основной поток доходов (операционные: снабжение, производство, маркетинг, продажи и взыскание долгов); ● суть бизнес-процессов, которые обслуживают основной бизнес (поддерживающие: бухгалтерский учет, подбор 	

	<p>персонала, техническая поддержка и др.);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● аннотации, применяемые для моделирования бизнес-процессов (BPMN, EPC, IDEF0); ● описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров/услуг; ● описание полного жизненного цикла бизнес-процесса; ● пошаговое развитие бизнес-процессов, от идеи до получения результата; ● суть и способы планирования работ (в т.ч. диаграмму Гантта); ● коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы; ● обеспечивать проработку бизнес-процессов в полноте и логичности; ● делать обоснованный выбор нотации, применяемой для моделирования бизнес-процессов в собственном проекте; ● описывать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы в рамках собственного бизнеса/проекта; ● строить диаграмму Гантта (как минимум, на период от 1 месяца до и от 2 месяцев после чемпионата); ● эффективно объяснять бизнес-процессы разным аудиториям и с разной целью (в том числе воспроизводить бизнес-процессы схематично в соответствии с выбранной нотацией (BPMN, EPC, IDEF0) 	
6	Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	15
	<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; ● методы определения круга потенциальных покупателей; ● методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; ● выбор времени для маркетинговых мероприятий; ● стоимость целенаправленных маркетинговых мер; 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● 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, в частности, социальных сетей VK, FB и других; ● преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● стоимость отдельных рекламных мероприятий; ● стоимость привлечения новых и удержания постоянных клиентов; ● 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"> ● проводить исследование рынка, демонстрировать понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет; ● планировать и определять каналы и связи сбыта, демонстрировать стратегическое видение на высоком уровне и тактику передачи сообщений целевой аудитории (включает медиа-каналы, стратегию контента и время); ● разрабатывать и планировать маркетинговые программы; прочный маркетинговый план и контент – календарь является основным продуктом для любого организованного отдела маркетинга; ● создавать маркетинг вирусного контента; ● управлять маркетингом по влиянию, платить людям, знаменитостям и нишам влиять на продвижение вашего бренда, демонстрировать знание того, как координировать маркетинговую программу влияния; ● управлять проектами, эффективностью продаж (затраты 	

	<p>на привлечение и удержание клиентов);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● управлять бюджетом и финансовыми потоками; ● проводить холодные звонки; ● SMO, e-mail – рассылки и сбор базы подписчиков; ● создавать контент (копирайтинг) – сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы; ● создавать медийную сеть (блоггеры, влиятельные лица, редакторы); наличие существующей сети блоггеров, влиятельных лиц или редакторов; ● разрабатывать технические задания для подрядчиков (дизайнеров/копирайтеров/программистов); ● создавать обратную связь с потребителями, предоставлять и получать отзывы; ● формировать отчетность по маркетинговым программам, анализировать KPI маркетинга по основным показателям; ● разрабатывать промо-акции; ● пояснять значение маркетинга для бизнеса; ● принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р» для маркетинговых мероприятий; ● оценивать разные средства рекламы; ● оценивать разные рекламные стратегии; ● рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; ● оценивать эффективность рекламных мероприятий; ● рассчитывать стоимость привлечения одного клиента; ● обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий. 	
8	Финансовые инструменты	16
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● необходимость, методы и временные рамки финансового планирования; ● соответствие жизненных циклов бизнеса и используемых финансовых инструментов для его развития; ● варианты и сопутствующие риски привлечения средств для открытия бизнеса, в том числе краудфандинг, венчурное финансирование, микрофинансирование; ● финансовые механизмы государственной поддержки и поддержки от институтов развития, в том числе программы Корпорации МСП, МСП-банка, Фонда «Сколко- 	

	<p>во», Фонда развития промышленности, ФРИИ и другие;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● финансовые механизмы масштабирования бизнеса, в том числе банковский кредит, лизинг, факторинг, выпуск ценных бумаг и т.д.; ● какие требования предъявляют банки к бизнесу при принятии решения о выдаче кредита и как им соответствовать; ● почему могут заблокировать расчетный счет и что делать в такой ситуации; ● современные банковские технологии для бизнеса; ● какие бизнес-риски нужно страховать; ● как защитить свой бизнес от движения валютных курсов; программное обеспечение для финансового планирования; ● расчет затрат, связанных с запуском стартапа; ● периоды отчетности; ● иметь представления об издержках; ● реалистичный расчет цен на товары и услуги; ● расчет прибылей и убытков; ● расчет зарплат; ● расчет переменных и постоянных издержек; ● расчет объема продаж в соответствии с целевыми рынками; ● оценка финансового плана; ● обоснование определенных финансовых планов; ● критерии, предъявляемые к бизнесу/проекту различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; ● методологию экономического анализа. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● разрабатывать финансовый план с использованием различных способов финансирования, соответствующих жизненному циклу компании; ● готовить презентации для общения с различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; ● демонстрировать влияние финансового планирования на компанию; ● оценивать разные части финансового плана; ● применять различные методы финансового планирования; 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● использовать разнообразное программное обеспечение для финансового планирования, в частности Excel; ● рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; ● определять временные рамки; ● рассчитывать в отчетных периодах; ● принимать во внимание издержки; ● реалистично рассчитывать цены на товары и услуги; ● рассчитывать прибыль и убытки; ● вести расчеты, связанные с оплатой труда; ● рассчитывать постоянные и переменные издержки в бизнесе; анализировать возможные объемы продаж в соответствии с целевыми рынками; ● оценивать финансовые планы; ● обосновывать схему финансового плана; ● обосновывать выполнимость финансового плана; ● обосновывать выполнимость финансового плана; ● объяснять расчеты финансового плана. 	
9	Продвижение фирмы/проекта	6
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● значимость официальной (законной) регистрации фирмы/компании; ● важность оперативного планирования бизнес-процесса; ● источники финансирования стартового этапа становления фирмы и последующих этапов развития бизнеса; ● основные правила подготовки деловых электронных презентаций. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● адекватно оценивать финансовые и иные бизнес - риски, оперативно управлять ими; ● подготавливать необходимый пакет документов для регистрации ИП (ООО, НП и т.д.); ● использовать современные финансовые продукты или услуги в ходе предпринимательской деятельности; ● готовить деловые электронные презентации; ● продвигать проект в различных ситуациях. 	
	Всего	60

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

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

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

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

3. Обобщенная оценочная ведомость.

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

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

Таблица 2.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	А. Бизнес-план	Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертной группе в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами	1.Бизнес-план 4.Целевая группа 5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты 9.Продвижение фирмы/проекта	5	15	20

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
			в подготовительный день				
2	Д. Планирование рабочего процесса	Планирование рабочего процесса	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты	2,5	7,5	10
3	Е. Маркетинговое планирование	Маркетинговое планирование	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	10
4	Г.Технико-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)	Технико-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	8.Финансовые инструменты	2	8	10
5	Специальный этап	Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	Е1. Маркетинговое планирование/Формула маркетинга 8.Финансовые инструменты	3	7	10
Итого =					15,5	44,5	60

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

4.1. Минимальное количество экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство - 3

человека. Дополнительное количество экспертов: главный эксперт, технический эксперт.

4.2. Минимальное количество рабочих мест составляет 5.

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

Таблица 3.

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

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

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

Таблица соответствия

знаний, умений и практических навыков, оцениваемых в рамках демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство по КОД № 1.3 профессиональным компетенциям, основным видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и уровням квалификаций в соответствии с профессиональными стандартами

Уровень аттестации (промежуточная/ ГИА)	Код и наименование ФГОС СПО	Основные виды деятельности ФГОС СПО (ПМ)	Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС СПО	Наименование профессионального стандарта (ПС)	Наименование и уровень квалификаций ПС	WSSS/модули/критерии оценки по КОД (по решению разработчика)
Комплект оценочной документации №1.3, продолжительность 4 часа, максимально возможный балл – 60 б.						
промежуточная	38.02.04 Коммерция (по отраслям)	4.3.1. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью. 4.3.2. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности. 4.3.3. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров.	ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции. ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения. ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и			Разделы WSSS: Бизнес-план Организация работы; Формирование навыков коллективной работы и управления; Бизнес-процесс; Маркетинговое планирование/Формула маркетинга; Финансовые инструменты; Продвижение фирмы/проекта; Презентация компании

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

			<p>использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности</p>			
промежуточная	38.02.07 Банковское дело	3.3. Ведение расчетных операций;	<p>ПК 1.1. Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов;</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять безналичные платежи с использованием различных форм расчетов в национальной и иностранной валютах;</p> <p>ПК 1.3. Осуществлять расчетное обслуживание счетов бюджетов различных уровней;</p> <p>ПК 1.4. Осуществлять межбанковские расчеты;</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p>

			<p>ПК 1.5. Осуществлять международные расчеты по экспортно-импортным операциям;</p> <p>ПК 1.6. Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт.</p>			<p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>
промежуточная	38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)	<p>4.3.1. Документирование хозяйственных операций и ведение бухгалтерского учета имущества организации.</p> <p>4.3.2. Ведение бухгалтерского учета источников формирования имущества, выполнение работ по инвентаризации имущества и финансовых обязательств организации.</p> <p>4.3.3. Проведение</p>	<p>ПК 1.1. Обработать первичные бухгалтерские документы.</p> <p>ПК 1.3. Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы.</p> <p>ПК 1.4. Формировать бухгалтерские проводки по учету имущества организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета.</p> <p>ПК 2.1. Формировать бухгалтерские проводки по учету источников имущества организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета.</p> <p>ПК 3.1. Формировать бухгалтерские проводки по начислению и перечислению налогов и сборов в бюджеты различных уровней.</p> <p>ПК 3.2. Оформлять платежные документы для перечисления налогов и сборов в</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>

		<p>расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами.</p> <p>4.3.4. Составление и использование бухгалтерской отчетности.</p>	<p>бюджет, контролировать их прохождение по расчетно-кассовым банковским операциям.</p> <p>ПК 3.3. Формировать бухгалтерские проводки по начислению и перечислению страховых взносов во внебюджетные фонды.</p> <p>ПК 3.4. Оформлять платежные документы на перечисление страховых взносов во внебюджетные фонды, контролировать их прохождение по расчетно-кассовым банковским операциям.</p> <p>ПК 4.1. Отражать нарастающим итогом на счетах бухгалтерского учета имущественное и финансовое положение организации, определять результаты хозяйственной деятельности за отчетный период.</p> <p>ПК 4.2. Составлять формы бухгалтерской отчетности в установленные законодательством сроки.</p> <p>ПК 4.3. Составлять налоговые декларации по налогам и сборам в бюджет, налоговые декларации по Единому социальному налогу (далее - ЕСН) и формы статистической отчетности в установленные законо-</p>			
--	--	---	---	--	--	--

			<p>дательством сроки.</p> <p>ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об имуществе и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности.</p>			
промежуточная	38.02.06 Финансы	<p>3.3.1 финансово-экономическое планирование в секторе государственного и муниципального управления и организация исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>3.3.2 ведение расчетов с бюджетами бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>3.3.3 участие в управлении фи-</p>	<p>ПК 1.1. Рассчитывать показатели проектов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>ПК 1.2. Обеспечивать исполнение бюджетов бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>ПК 1.3. Осуществлять контроль за совершением операций со средствами бюджетов бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>ПК 1.4. Составлять плановые документы государственных и муниципальных учреждений и обоснования к ним;</p> <p>ПК 1.5. Обеспечивать финансово-экономическое сопровождение деятельности по осуществлению закупок для государственных и муниципальных нужд.</p> <p>ПК 2.1. Определять налоговую базу, суммы налогов, сборов, страховых взносов, сроки их уплаты и сроки представления</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>

		<p>нансами организаций и осуществление финансовых операций;</p> <p>3.3.4 участие в организации и осуществлении финансового контроля.</p>	<p>налоговых деклараций и расчетов;</p> <p>ПК 2.2. Обеспечивать своевременное и полное выполнение обязательств по уплате налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации;</p> <p>ПК 2.3. Осуществлять налоговый контроль, в том числе в форме налогового мониторинга.</p> <p>ПК 3.3. Оценивать эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации, планировать и осуществлять мероприятия по ее повышению;</p> <p>ПК 3.4. Обеспечивать осуществление финансовых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления;</p> <p>ПК 3.5. Обеспечивать финансово-экономическое сопровождение деятельности по осуществлению закупок для корпоративных нужд.</p>			
промежуточная	42.02.02 Издательское дело	4.3.3. Управление и организация деятельности производственно-	<p>ПК 3.1. Планировать работу производственного подразделения.</p> <p>ПК 3.2. Рассчитывать основные технико-экономические показатели редакционно-</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков</p>

		го подразделения.	<p>издательского процесса.</p> <p>ПК 3.3. Выбирать оптимальный вариант технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции.</p> <p>ПК 3.4. Оформлять издательские договоры.</p> <p>ПК 3.5. Проводить рекламные мероприятия по продвижению издательской продукции.</p> <p>ПК 3.6. Принимать участие в разработке бизнес-плана издательского проекта.</p>			<p>коллективной работы и управления;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>
промежуточная	21.02.05 Земельно-имущественные отношения	<p>4.3.1. Управление земельно-имущественным комплексом</p> <p>4.3.4. Определение стоимости недвижимого имущества.</p>	<p>ПК 1.2. Подготавливать документацию, необходимую для принятия управленческих решений по эксплуатации и развитию территорий.</p> <p>ПК 1.3. Готовить предложения по определению экономической эффективности использования имеющегося недвижимого имущества.</p> <p>ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.</p> <p>ПК 4.1. Осуществлять сбор и обработку необходимой и достаточной информации об объекте оценки и аналогичных объек-</p>			<p>Разделы WSSS:</p> <p>Бизнес-план</p> <p>Организация работы;</p> <p>Формирование навыков коллективной работы и управления;</p> <p>Бизнес-процесс;</p> <p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;</p> <p>Финансовые инструменты;</p> <p>Продвижение фирмы/проекта;</p> <p>Презентация компании</p>

			<p>тах.</p> <p>ПК 4.2. Производить расчеты по оценке объекта оценки на основе применимых подходов и методов оценки.</p> <p>ПК 4.3. Обобщать результаты, полученные подходами, и давать обоснованное заключение об итоговой величине стоимости объекта оценки.</p> <p>ПК 4.4. Рассчитывать сметную стоимость зданий и сооружений в соответствии с действующими нормативами и применяемыми методиками.</p> <p>ПК 4.5. Классифицировать здания и сооружения в соответствии с принятой типологией.</p> <p>ПК 4.6. Оформлять оценочную документацию в соответствии с требованиями нормативных актов, регулирующих правоотношения в этой области.</p>			
--	--	--	---	--	--	--



Задание для демонстрационного экзамена по комплексу оценочной документации № 1.3 по компетенции R11 Предпринимательство (Образец)

Задание включает в себя следующие разделы:

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

Продолжительность выполнения задания: 4 ч. на одну команду (включая время на подготовку модулей и презентацию)

1. ФОРМА УЧАСТИЯ

Групповая (2 человека в группе)

2. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в Таблице 1.

Таблица 1.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	А. Бизнес-план	А1. Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертной группе в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами в подготовительный день	1.Бизнес-план 4.Целевая группа 5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты 9.Продвижение фирмы/проекта	5	15	20
2	Д. Планирование рабочего процесса	Д1. Планирование рабочего процесса	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	5.Бизнес-процесс 8.Финансовые инструменты	2,5	7,5	10
3	Е. Маркетинговое планирование	Е1. Маркетинговое планирование	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	10

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
4	Г.Технико-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)	Г.Технико-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	8.Финансовые инструменты	2	8	10
5	Специальный этап	G2. Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	E1. Маркетинговое планирование/Формула маркетинга 8.Финансовые инструменты	3	7	10
Итого =					15,5	44,5	60

Модули с описанием работ

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

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

Модуль А1: «Бизнес-план» - 20% от общей оценки

1.1. Сроки предоставления материалов

Команда разрабатывает бизнес-план, который должен содержать краткую, но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов вопросы — объем инвестиций, сроки кредитования, гарантии возврата, объем собственных средств. Разделы документа должны давать расширенную информацию о проекте и доказывать правильность расчетов.

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

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

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

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться в подготовительный день экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 20% общей оценки команды.

1.2. Требования к формату бизнес-плана

Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 x 29,7 см (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант БП должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку перед титульным листом и твердую непрозрачную обложку в конце. Все представленные материалы являются частью бизнес-

плана. Текст печатается на одной стороне листа, используется сквозная нумерация страниц. Номер страницы проставляется внизу листа справа. На титульном листе должно быть указано название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и дата представления (дата подготовительного дня).

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

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

1.3. Проверка авторства текста бизнес-плана

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

1.4. Требования к оформлению текста бизнес-плана

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

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

Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если размер таблицы превышает одну

страницу, то таблицу следует размещать в Приложении. Каждая таблица должна иметь заголовок, точно и кратко отражающий ее содержание.

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

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

1.5. Требования к структуре бизнес-плана

Первая страница – Титульный лист.

Вторая страница – Содержание.

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

Бизнес-план должен содержать следующие разделы:

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

1.6. Требования к оформлению финансовых расчетов

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

Динамику показывать наглядно – схемы, графики, диаграммы.

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

Формат расчетов Excel (на период не менее 2-х лет). Финансовые расчеты могут предоставляться в виде отдельного файла в формате Excel и включать следующие разделы (рекомендуется):

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

Лист 2. Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат)

Лист 3. План на будущие периоды Доходов и расходов

Лист 4. Расчеты себестоимости продукции

Лист 5. Факт прошлых периодов Доходов и расходов

Лист 6. Фактический баланс на предыдущую отчетную дату

Лист 7. Прогнозный баланс

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

Лист 9. Факт ДДС за прошлые периоды

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

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

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

1.7. Требования к оформлению информационно – рекламного плаката.

Информационно – рекламный плакат должен отвечать следующим требованиям:

Формат А3;

Полноцвет (3 и более цветов);

Назначение – реклама.

Формат файла .jpeg

Размер не более 150 Мб.

1.8. Требования к формату и содержанию видеоролика

Формат и требования к видеоролику:

Продолжительность ролика не более 90 секунд.

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

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

Размер ролика не должен превышать 150 Мб.

Формат ролика только в формате mp4/avi/mov.

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

Модуль D1: «Планирование рабочего процесса» - 10% от общей оценки

Этот модуль направлен на визуализацию бизнес-процессов с использованием различных современных методик, приемов структурирования и нотаций, приветствуется применение специализированных программных продуктов.

В качестве ключевой модели рекомендуется использование бизнес – модели Александра Остервальдера.

Необходимо определить и обосновать выбор ключевых бизнес-процессов, выстроить их в логичной последовательности, выделить и проанализировать критические стадии бизнес-процессов. При планировании реализации своего проекта необходимо применять методики (концепции) управления производством (бизнес-процессами), а также пояснять основные моменты этой методики на собственном примере. Также необходимо опреде-

лить потребность в финансовых, материальных, информационных и трудовых ресурсах для своего бизнес-проекта.

Участники должны показать и обосновать позитивный и негативный варианты развития бизнеса, разработать антикризисный план и наметить возможные пути выхода из проекта.

В этом модуле определяется организационная структура компании и возможность изменения организационной структуры на различных этапах бизнес-проекта (этап запуска, этап роста и этап устойчивого развития бизнеса).

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю D1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

Модуль E1: «Маркетинговое планирование» - 10% от общей оценки

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

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

Команде необходимо разработать детальный маркетинговый план для этапа запуска и дальнейших этапов функционирования проекта, который отражает выбранную маркетинговую стратегию.

В соответствии со стратегией участникам необходимо выбрать и обосновать рекламную модель, а также определить и обосновать основные рекламные мероприятия и уметь рассчитывать их стоимость и анализировать

эффективность их применения с помощью разнообразных методов оценки, корректно определять маркетинговый бюджет.

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

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

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

Модуль G1: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 10% от общей оценки

В этом модуле участники должны провести точные расчеты на период не менее 2 лет, доказывающие, что задуманный бизнес будет иметь прибыль.

Необходимо обосновать и аргументировать выбранную систему налогообложения, способы финансирования вашего проекта на стартовом этапе, произвести расчеты всех налоговых и других обязательных платежей, расчет процентов за пользование заемными средствами и составить график возврата заемных средств. Если заемные средства не использовались, необходимо обосновать наличие собственных средств на запуск стартапа. Следует составить бюджет инвестиций, отдельно выделяя расходы стартового этапа, приобретение объектов основных средств, потребность в оборотном капитале и его формирование.

В этом модуле необходимо использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп при определении прогнозных объемов продаж.

При расчете стоимости продукции желательно воспользоваться как минимум одной из известных моделей калькуляции расходов (direct-costing, absorption costing, standard-costing, activity based costing и пр.), а при обосновании ценообразования – моделями или методами ценообразования (затратные, рыночные, параметрические и пр. методы).

В рамках данного модуля участники должны составить бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс, а также рассчитать и интерпретировать значимые экономические показатели (PP, DPP, NPV, IRR, IP и другие).

Расчеты должны быть реалистичными и правильно выполненными. Кроме того, необходимо обратить внимание на практико-ориентированность, с одной стороны, и на точные расчеты, с другой стороны.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю G1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

Специальный этап - 10% от общей оценки

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

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

3. НЕОБХОДИМЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Отсутствуют.

Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.3 по компетенции R11 Предпринимательство

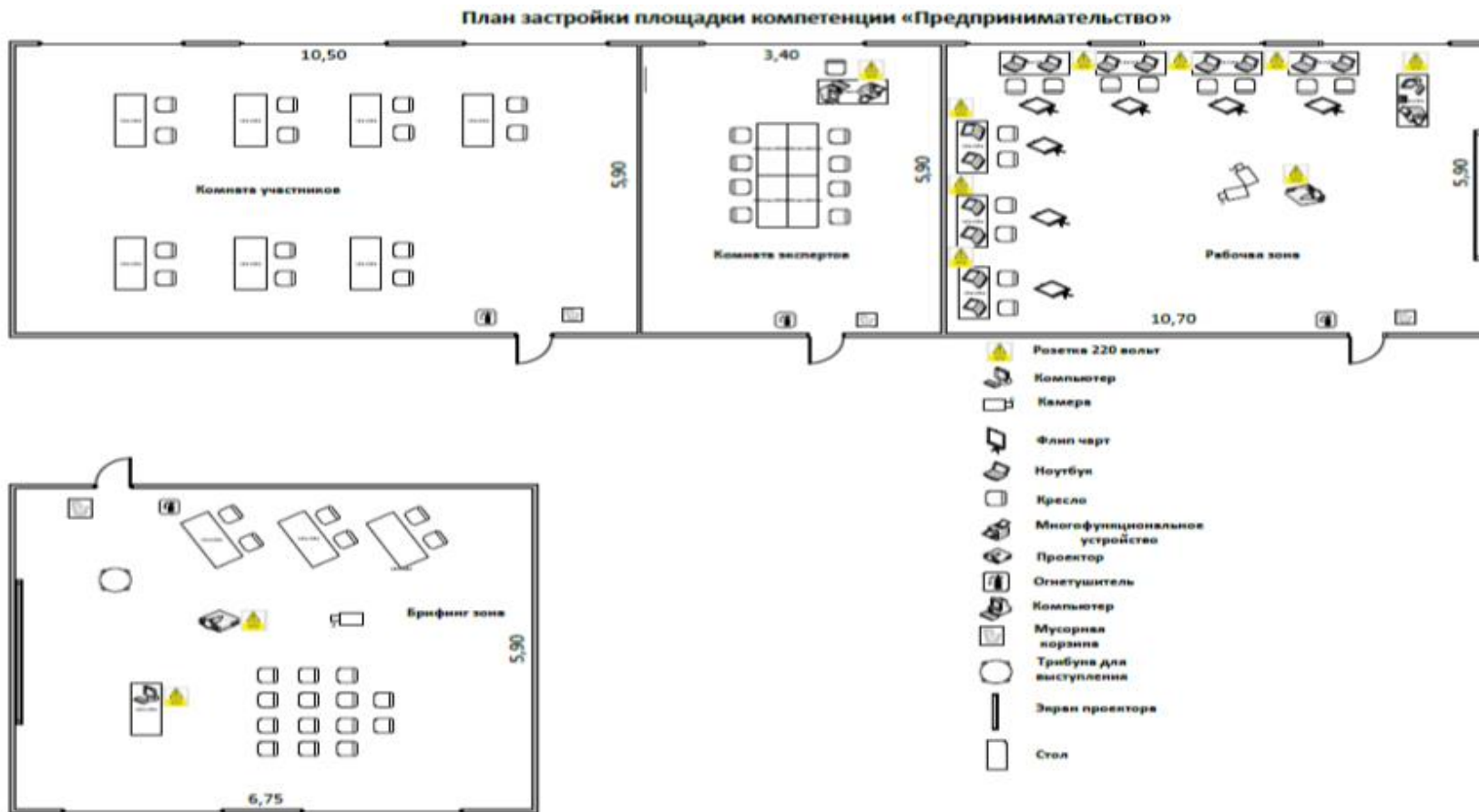
	Примерное время	Мероприятие
Подготовительный день	08:00 – 08:05	Получение главным экспертом задания демонстрационного экзамена
	08:05 – 08:20	Проверка готовности проведения демонстрационного экзамена, заполнение Акта о готовности/не готовности
	08:20 – 08:30	Распределение обязанностей по проведению экзамена между членами Экспертной группы, заполнение Протокола о распределении
	08:30 – 08:40	Инструктаж Экспертной группы по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	08:40 – 09:00	Регистрация участников демонстрационного экзамена
	09:00 – 09:30	Инструктаж участников по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	09:30 – 11:00	Распределение рабочих мест (жеребьевка) и ознакомление участников с рабочими местами, оборудованием, графиком работы, иной документацией и заполнение Протокола
	11.00 – 15.00	Проверка и заочное оценивание бизнес-планов
День 1	8.30 - 9.00	Прибытие участников и экспертов на площадку, регистрация, инструктаж по ОТ и ТБ
	9.00-9.05	Выдача задания по модулю D1
	9.05-9.10	Перемещение в рабочую зону
	9.10-10.10	Выполнение задания по модулю D1 (эксперты: обсуждение и оценивание БП)
	10.10-10.15	Перемещение в брифинг-зону
	10.15-11.25	Презентация наработок по модулю D1 (5 мин. + 2 мин)х10
	11.25-11.30	Выдача задания по модулю E1
	11.30-11.35	Перемещение в рабочую зону
	11.35-12.35	Выполнение задания по модулю E1
	12.35-12.40	Перемещение в брифинг-зону

	12.40-13.50	Презентация наработок по модулю E1 (5 мин. + 2 мин)x10
	13.50-14.30	Обед
	14.30-14.35	Выдача задания по модулю G1
	14.35-14.40	Перемещение в рабочую зону
	14.40-15.40	Выполнение задания по модулю G1
	15.40-15.45	Перемещение в брифинг-зону
	15.45-16.55	Презентация наработок по модулю G1 (5 мин. + 2 мин)x10
	16.55-17.00	Выдача задания по модулю G2 Специальный этап
	17.00-17.05	Перемещение в рабочую зону
	17.05-17.35	Выполнение задания по модулю G2
	17.35-18.00	Проверка задания по модулю G2
	18.00-19.00	Подведение итогов дня, внесение результатов в CIS, подписание протоколов, закрытие ДЭ

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

План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.3 по компетенции № R11 «Предпринимательство»

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



ПРИЛОЖЕНИЕ

Инфраструктурный лист для КОД № 1.3.