

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ
по производственной практике

ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в
сфере торговли

Программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

38.02.08 Торговое дело

Новосибирск 2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ ФОМ

Разработчики:

доц, канд.экон.наук

О.А. Сапрыкина

доц., канд.экон.наук

Н.И. Воронина

ст. преп.

А.Б. Шимкова

Рецензент:

доц, канд.техн.наук

Б.Ф Степанов

Фонд оценочных материалов рассмотрен на заседании кафедры Экономики и управления протокол № 01 от «29» августа_2025 г.).

Зав. кафедрой Экономики и управления

доц, канд.экон.наук

О.А. Сапрыкина

1 СПЕЦИФИКАЦИЯ (ПАСПОРТ) ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Комплект оценочных материалов предназначен для оценивания компетенций обучающихся по УГС 38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела», профессиональный модуль «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли».

Перечень формируемых компетенций: ОК 02; ОК 03; ОК 04; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7; ПК 3.8.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК 3.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

ПК 3.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

ПК 3.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках

ПК 3.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

ПК 3.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

ПК 3.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

ПК 3.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
	Вводное занятие: Участие в собрании по практике, ознакомление с рабочей программой практики, с приказом об организации практики, прохождение инструктажа по охране труда, технике безопасности и пожарной безопасности. Ознакомление с предприятием и его внешней средой	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7; ПК 3.8	Собеседование в форме устного опроса

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы			
1	Виды работ: На примере конкретного торгового предприятия изучить и описать: - основную характеристику предприятия; - организационную структуру предприятия; - бизнес-процессы, протекающие на предприятии - возможности оптимизации существующих бизнес-процессов; - необходимые затраты для оптимизации существующих бизнес-процессов; - рассчитать срок окупаемости предлагаемых мероприятий и оценить их эффективность.	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7; ПК 3.8	Проверка выполнения заданий по практике, устный опрос, оформление и защита отчета по практике
Раздел 2. Маркетинг			
2	Виды работ: В организации – месте практики: 1. Анализ окружающей среды предприятия. 2. Сегментация рынка для предприятия. 3. Разработка вопросников для проведения устного интервью /интервью по телефону. 4. Разработка рекомендаций по повышению эффективности товарной политики предприятия. 5. Разработка рекомендаций по повышению эффективности ценовой политики и ценового стимулирования предприятия. 6. Разработка рекомендаций по повышению эффективности сбытовой политики предприятия. 7. Разработка рекомендаций по повышению эффективности коммуникационной политики предприятия. 8. Решение практических ситуаций по анализу рекламной деятельности предприятия. 9. Разработка организационной структуры службы маркетинга для предприятия.	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7; ПК 3.8	Проверка выполнения заданий по практике, устный опрос, оформление и защита отчета по практике
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)			

Комплект оценочных материалов предназначен для оценивания компетенций обучающихся по УГС 38.00.00 Экономика и управление, по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, Товароведение и продажа потребительских товаров, дисциплина «Производственная практика ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности».

Перечень формируемых компетенций: ОК 02; ОК 03; ОК 04; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7; ПК 3.8

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК	Умения	Знания	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4
ОК 02	Уо 02.01 Определять задачи для поиска информации Уо 02.02 Определять необходимые источники информации Уо 02.03 Планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию Уо 02.04 Выделять наиболее значимое в перечне информации Уо 02.05 Оценивать практическую значимость результатов поиска Уо 02.06 Оформлять результаты поиска; применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач Уо 02.07 Использовать современное программное обеспечение Уо 02.08 Использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;	Зо 02.01 Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности Зо 02.02 Приемы структурирования информации Зо 02.03 Формат оформления результатов поиска информации, Зо 02.04 Современные средства и устройства информатизации Зо 02.05 Порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств	ПП.03.01 Производственная практика Проверка дневника практики Текущий контроль: - устный опрос - защита отчёта по производственной практике аттестация: в форме дифференцированного зачёта После освоения всех МДК и практик студент проходит аттестацию в виде экзамена по модулю – «Экзамен по ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»
ОК 03	Уо 03.01 Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности Уо 03.02 Применять современную научную профессиональную терминологию Уо 03.03 Определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования Уо 03.04 Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи Уо 03.06 Рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования Уо 03.07 Определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности Уо 03.09 Определять источники финансирования	Зо 03.01 Содержание актуальной нормативно-правовой документации Зо 03.02 Современная научная и профессиональная терминология Зо 03.03 Возможные траектории профессионального развития и самообразования Зо 03.04 Основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности Зо 03.06 Порядок выстраивания презентации Зо 03.07 Кредитные банковские продукты	
ОК 04	Уо 04.01 Организовывать работу коллектива и команды; Уо 04.02 Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Зо 04.01 Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности Зо 04.02 Основы проектной деятельности	
ПК 3.1	У 3.1.01 Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования У 3.1.02 Определять подходящие	З 3.1.01 Составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты З 3.1.02 Методов изучения	

Код ПК, ОК	Умения	Знания	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4
	маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования У 3.1.03 Составлять комплексный план проведения маркетингового исследования У 3.1.04 Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования У 3.1.05 Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	рынка, анализа окружающей среды З 3.1.03 Этапов маркетинговых исследований, их результат З 3.1.04 Методы проведения маркетингового исследования З 3.1.05 Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях	ПП.03.01 Производственная практика Проверка дневника практики Текущий контроль: - устный опрос - защита отчёта по производственной практике аттестация: в форме дифференцированного зачёта После освоения всех МДК и практик студент проходит аттестацию в виде экзамена по модулю – «Экзамен по ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»
ПК 3.2	У 3.2.01 Обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций У 3.2.02 Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	З 3.2.01 Средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики	
ПК 3.3	У 3.3.01 Обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных	З 3.3.01 Порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен	
ПК 3.4	У 3.4.01 Анализировать текущую рыночную конъюнктуру	З 3.4.01 Видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности З 3.4.02 Методов оценки конкурентной среды	
ПК 3.5	У 3.5.01 Применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности У 3.5.02 Развивать идеи до бизнес-предложений У 3.5.03 Оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке У 3.5.04 Оценивать риски, связанные с бизнесом У 3.5.05 Анализировать бизнес-концепции У 3.5.06 Предлагать идеи для дальнейшего развития У 3.5.07 Применять методы принятия оптимальных решений У 3.5.08 Находить аргументы в пользу идей У 3.5.09 Принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели У 3.5.10 Обосновывать и оцени-	З 3.5.01 Норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности З 3.5.02 Роли и значения бизнес-плана З 3.5.03 Основных функций бизнес-плана З 3.5.04 Классификации основных типов бизнес-планов З 3.5.05 Методологии и процессов развития бизнес-идеи З 3.5.06 Порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью	

Код ПК, ОК	Умения	Знания	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4
	вать цели и ценности У 3.5.11 Представлять идеи, дизайн, видения и решения У 3.5.12 Применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты У 3.5.13 Использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии У 3.5.14 Создавать деловые электронные презентации		ПП.03.01 Производственная практика Проверка дневника практики Текущий контроль: - устный опрос - защита отчёта по производственной практике аттестация: в форме дифференцированного зачёта После освоения всех МДК и практик студент проходит аттестацию в виде экзамена по модулю – «Экзамен по ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»
ПК 3.6	У 3.6.01 Собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации У 3.6.02 Использовать методы экономического анализа У 3.6.03 Анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов У 3.6.04 Оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами	З 3.6.01 Принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий З 3.6.02 Методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений З 3.6.03 Методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов З 3.6.04 Методов, способов и приемов для решения задач по анализу З 3.6.05 Типов факторных моделей З 3.6.06 Схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа З 3.6.07 Методику анализа эффективности использования производственных ресурсов	
ПК 3.7	У 3.7.01 Разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда	З 3.7.01 Методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации З 3.7.02 Спектра специализированных программных	

Код ПК, ОК	Умения	Знания	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4
	У 3.7.01 Оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации У 3.7.01 Предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации	продуктов З 3.7.03 Интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации З 3.7.04 Инновационных средств и устройств информатизации З 3.7.05 Порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности	ПП.03.01 Производственная практика Проверка дневника практики Текущий контроль: - устный опрос - защита отчёта по производственной практике аттестация: в форме дифференцированного зачёта
Пк 3.8	У 3.8.01 Собирать информацию о бизнес-проблемах У 3.8.02 Анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.	З 3.8.01 Рисков: понятия и виды З 3.8.02 Методов оценки риска, связанных с бизнесом З 3.8.03 Мер снижения риска, связанных с бизнесом З 3.8.04 Методов оценки выполнимости бизнес-идеи З 3.8.05 Основных способов анализа и оценки рисков З 3.8.06 Состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности	После освоения всех МДК и практик студент проходит аттестацию в виде экзамена по модулю – «Экзамен по ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»

* В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он выполняет индивидуальное задание, по результатам которого руководитель практики оценивает степень освоения компетенции

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики по ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли. В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Индивидуальное задание

Цель: освоить необходимые компетенции по видам работ, разделы ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли:

МДК 03.01 «Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы»;

МДК 03.02 «Маркетинг»;

Проверяемые компетенции (код): ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.

Пример задания, выдаваемого практикантам в ходе прохождения производственной практики, по разделу «Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы».

Объект наблюдения – конкретное торговое предприятие (розничная сеть, интернет-магазин, оптовая компания или отдельно стоящий магазин). Рекомендуется выбирать объект, доступ к внутренней информации которого возможен через открытые источники, личные контакты студента или место прохождения практики.

Провести комплексный анализ операционной деятельности торговой организации, выявить «узкие места» в бизнес-процессах, разработать проект их оптимизации, рассчитать бюджет внедрения изменений и доказать экономическую целесообразность предложенных мероприятий.

ЗАДАНИЕ 1.1. ОСНОВНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Необходимо составить подробный паспорт объекта исследования. Описание должно быть структурированным. Включая:

- полное наименование и организационно-правовая форма (например, ООО, АО, ИП) с указанием ИНН/ОГРН;
- история создания и развития: год основания, ключевые этапы роста, выход на новые рынки, смена собственников;
- миссия, цели и стратегия компании. Какую ценность несет бренд потребителю?
- специализация и ассортимент: товарные группы, ценовые сегменты (эконом, средний, премиум), доля собственных торговых марок (СТМ);
- масштаб деятельности: количество торговых точек, складских комплексов, география присутствия (города, регионы РФ, экспорт);
- целевая аудитория: портрет основного покупателя (B2C — пол, возраст, доход; B2B — типы контрагентов);
- конкурентная среда: основные прямые конкуренты и конкурентные преимущества исследуемого предприятия (уникальное торговое предложение — УТП);
- ключевые экономические показатели за последние 2–3 года: объем выручки, валовая прибыль, чистая прибыль, рентабельность продаж, динамика среднего чека. Данные

можно брать из открытых систем проверки контрагентов (если они публичны) или использовать оценочные данные при прохождении практики внутри компании.

ЗАДАНИЕ 1.2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Необходимо описать иерархию управления и распределения ответственности:

- тип структуры: линейно-функциональная, дивизиональная, матричная или гибридная. Схематичное изображение оргструктуры обязательно прикладывается к отчету;
- состав топ-менеджмента: генеральный директор, коммерческий директор, финансовый директор и их зоны ответственности;
- ключевые подразделения: коммерческий блок (отдел закупок, категорийный менеджмент, отдел ценообразования), операционный блок (управление магазинами, логистика и склады, служба доставки); маркетинговый блок (digital-маркетинг, трейд-маркетинг, PR); финансовый блок (бухгалтерия, казначейство, планово-экономический отдел); административный блок (HR-служба, IT-отдел, юридическая служба, безопасность);
- штатная численность – общее количество сотрудников, соотношение офисного персонала и работников «полевой» розницы;
- система взаимодействия между подразделениями: как передаются задачи сверху вниз и отчеты снизу вверх, где возникают межфункциональные барьеры.

ЗАДАНИЕ 1.3. БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ПРОТЕКАЮЩИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Необходимо декомпозировать деятельность до уровня конкретных операций:

А) основные процессы (создают ценность):

- управление закупками и запасами – поиск поставщиков, проведение тендеров, формирование заказов поставщикам, приемка товара (входной контроль качества и количества), работа с пересортицей;
- складская логистика – адресное хранение, комплектация сборных грузов, предпродажная подготовка (этикетировка, упаковка);
- продажи и обслуживание клиентов – выкладка товара (мерчандайзинг), процесс продажи на кассе, обработка онлайн-заказов, программа лояльности, возвраты товаров от покупателей;
- доставка – организация собственной курьерской службы или взаимодействие с внешними агрегаторами;

Б) вспомогательные процессы – юридическое сопровождение сделок, ИТ-поддержка кассовых узлов (POS-систем) и сайта, клининг, охрана объектов.

В) управляющие процессы – стратегическое планирование, бюджетирование, управленческий учет, маркетинговое планирование, подбор и обучение персонала. Для наглядности рекомендуется визуализировать несколько наиболее критичных процессов (1-3) в формате схемы алгоритма или простой блок-схемы).

ЗАДАНИЕ 1.4. ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ СУЩЕСТВУЮЩИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

На основе анализа выявляются проблемы («бутылочные горлышки», дублирование функций, простои, человеческий фактор). Для каждой проблемы предлагается решение:

- *автоматизация рутинных операций* – внедрение системы электронного документооборота (ЭДО) с поставщиками, интеграция CRM-системы с программой лояльности, использование терминалов сбора данных (ТСД) на складе;
- *реинжиниринг процессов* – изменение логистики возвратов, переход на кросс-докинг для сокращения времени хранения скоропортящихся продуктов, оптимизация графиков смен продавцов для исключения очередей в часы пик;

– *бережливое производство в ритейле* – устранение лишних перемещений персонала, стандартизация рабочих мест (система 5S), сокращение потерь от списания просроченного товара;

– *цифровизация маркетинга* – автоматизация email-рассылок и триггерных цепочек, внедрение динамического ценообразования на сайте.

ЗАДАНИЕ 1.5. НЕОБХОДИМЫЕ ЗАТРАТЫ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ

Единовременные вложения (CAPEX):

- приобретение лицензий на ПО (WMS, ERP, CRM-модули);
- закупка оборудования (сканеры штрих-кодов, принтеры этикеток, серверное оборудование, модернизация кассовых зон);
- стоимость услуг по внедрению и интеграции систем со стороны подрядчиков;
- капитальный ремонт помещений под новую планировку склада или магазина.

Текущие расходы (OPEX):

- абонентская плата за облачные сервисы и техническую поддержку;
- расходы на обучение персонала (тренинги по работе с новым оборудованием или скриптами продаж);
- увеличение ФОТ (фонда оплаты труда) при найме новых специалистов (например, аналитика данных);
- маркетинговый бюджет на анонсирование новых сервисов покупателям. Все расчеты свести в таблицу первоначальных инвестиций и прогнозируемых ежемесячных затрат.

ЗАДАНИЕ 1.6. РАСЧЕТ СРОКА ОКУПАЕМОСТИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Расчет экономического эффекта (прирост прибыли):

- экономия на фонде оплаты труда (за счет высвобождения времени сотрудников);
- сокращение потерь от нештатных ситуаций (при установке рамок-детекторов) или порчи товара;
- рост выручки (за счет увеличения конверсии посетителей в покупателей после улучшения навигации или скорости обслуживания);
- снижение упущенной выгоды благодаря точному управлению остатками.

Срок окупаемости: $PP = \text{Сумма первоначальных вложений (CAPEX)} / \text{Среднегодовой прирост чистой прибыли или денежного потока}$.

Если эффект распределен во времени, используется расчет кумулятивного денежного потока (накопленным итогом).

Оценка эффективности:

- чистый дисконтированный доход (NPV) – приведенная стоимость будущих денежных потоков за вычетом инвестиций (учитывает ставку дисконтирования, например, средневзвешенную стоимость капитала);
- внутренняя норма доходности (IRR): процентная ставка, при которой NPV проекта равен нулю;
- индекс рентабельности (PI): отношение суммы дисконтированных доходов к инвестициям.

Нефинансовая эффективность – влияние на индекс удовлетворенности клиентов (CSI/NPS), снижение текучести кадров, повышение рейтинга бренда на маркетплейсах.

Пример задания, выдаваемого практикантам в ходе прохождения производственной практики, по разделу «Маркетинг».

ЗАДАНИЕ 2.1. АНАЛИЗ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ (PESTEL И ОТРАСЛЕВОЙ АНАЛИЗ)

Макросреда (*PESTEL-анализ*) – перечислить ключевые политические, экономические, социальные, технологические, экологические и правовые факторы, которые в текущем году оказывают наибольшее влияние на вашу отрасль торговли в России. Как изменились потребительские привычки из-за экономической ситуации или развития маркетплейсов?

Микросреда (модель Портера / 5 сил) – оценить уровень конкуренции в вашей нише. Насколько сильна рыночная власть поставщиков (диктуют ли они цены)? Есть ли угроза появления товаров-заменителей? Насколько высока рыночная власть покупателей (легко ли им уйти к конкуренту)?

Ближайшее окружение – составить карту конкурентов (прямых и косвенных) вашего торгового предприятия. В чем заключаются их сильные и слабые стороны по сравнению с вашим местом практики?

ЗАДАНИЕ 2.2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

По каким критериям предприятие уже сегментирует своих клиентов (географическим, демографическим, поведенческим, психографическим)?

Выделить 3–4 основных сегмента потребителей. Описать подробный профиль каждого сегмента: кто эти люди, каков их средний доход, какие у них боли и потребности при покупке данного товара?

Какой сегмент является целевым (приносит наибольшую долю прибыли/выручки), а какой — второстепенным? Обосновать выбор приоритетного сегмента данными о частоте покупок и среднем чеке.

Существуют ли незанятые ниши (рыночные окна), которые предприятие может освоить без изменения текущего ассортимента?

ЗАДАНИЕ 2.3. РАЗРАБОТКА ВОПРОСНИКОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ

Необходимо составить два разных сценария опроса:

- для *глубинного интервью с лояльным клиентом (B2C/B2B)*: Почему вы выбрали именно нас? Что вам нравится и не нравится в процессе обслуживания? Какие товары вы хотели бы видеть в ассортименте? При каких условиях вы готовы платить больше?

- для *телефонного обзвона «отказных» или ушедших клиентов*: Что послужило причиной прекращения покупок? Чего вам не хватило в нашем сервисе? У кого вы покупаете сейчас и почему?

- *Методическая часть* – обосновать количество вопросов (обычно 7–10 открытых вопросов), время проведения интервью (не более 10–15 минут) и способ фиксации ответов. Приложить к отчету по практике разработанные бланки анкет к отчету.

ЗАДАНИЕ 2.4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

- провести ABC/XYZ-анализ существующего ассортимента (можно взять выборку из 50–100 SKU). Какие позиции являются аутсайдерами (группа CZ) и подлежат выводу из матрицы?

- предложить конкретные мероприятия по модификации упаковки, изменению фасовки или расширению линейки сопутствующих товаров (кросс-мерчандайзинг);

- как можно оптимизировать ширину и глубину ассортимента, чтобы избежать каннибализации продаж между собственными товарами?

- разработать план ввода одной новой ассортиментной позиции (или СТМ) с обоснованием ее востребованности целевой аудиторией.

ЗАДАНИЕ 2.5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКЕ И ЦЕНОВОМУ СТИМУЛИРОВАНИЮ

- проанализировать текущую стратегию ценообразования (затратная, ориентированная на конкуренцию или на ценность). Соответствует она позиционированию бренда?
- разработать систему дифференцированного ценообразования (например, разные цены для опта и розницы, программ лояльности и разовых покупателей);
- предложить конкретный календарь акций ценового стимулирования на ближайший квартал (сезонные распродажи, скидки за объем, купоны на следующую покупку). Рассчитать минимальную скидку, которая сработает как триггер, но не обрушит маржинальность;
- каким образом внедрение рекомендованных вами ценовых изменений отразится на точке безубыточности предприятия?

ЗАДАНИЕ 2.6. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ

- оценить эффективность текущих каналов распределения. Не выгоднее ли развивать собственную службу доставки вместо сторонних курьерских служб (или наоборот)?
- если это розничный магазин, проанализировать географию присутствия. Где целесообразно открыть новую точку («точка роста»), исходя из плотности населения и трафика конкурентов?
- для интернет-торговли – насколько удобен путь пользователя от корзины до оплаты? Предложите меры по снижению процента брошенных корзин (упрощение формы заказа, добавление новых способов оплаты);
- каким образом можно перестроить логистику внутри торговой точки для ускорения сборки заказов?

ЗАДАНИЕ 2.7. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ

- аудит текущих каналов продвижения – где предприятие рекламируется сейчас (наружная реклама, радио, соцсети, контекстная реклама)? Какие каналы работают наиболее эффективно по стоимости привлечения клиента (CAC)?
- разработать концепцию единого фирменного стиля и Tone of Voice для социальных сетей компании;
- предложить креативную идею рекламной кампании (слоган, визуальный ряд, ключевое сообщение), направленную на выбранный вами ранее целевой сегмент;
- каким образом интегрировать онлайн-каналы (сайт, соцсети) с офлайн-точкой (QR-коды в зале, акции за подписку на кассе)?

ЗАДАНИЕ 2.8. РЕШЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ ПО АНАЛИЗУ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ситуация 1: Реклама настроена на широкую аудиторию, клики есть, конверсий нет. Ваши действия по перенастройке таргетинга?

Ситуация 2: Конкурент запустил агрессивную скидочную акцию. Ваш медиаплан на месяц предполагает имиджевую рекламу. Как скорректировать тактику прямо сейчас, не дожидаясь конца месяца?

Расчетная задача: Даны данные рекламного кабинета (показы, клики, расходы, количество заявок). Рассчитайте показатели *CTR*, *CPC*, *CR* и стоимость привлечения клиента (CAC). Сделайте вывод об окупаемости рекламы, зная среднюю прибыль с одного клиента.

ЗАДАНИЕ 2.9. РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА

- нужна ли предприятию полноценная инхаус-служба маркетинга или эффективнее отдать функции на аутсорсинг (подрядчику)? Обоснуйте выбор.
- нарисовать схему предлагаемой вами структуры отдела маркетинга (например: Руководитель отдела → Интернет-маркетолог + Бренд-менеджер + Мерчандайзер + PR-менеджер);
- распределите зоны ответственности между сотрудниками. Кто отвечает за контент, кто за аналитику, кто за работу с подрядчиками по наружной рекламе?
- определить требования к квалификации сотрудников (Hard Skills: работа с Яндекс.Метрикой, графическими редакторами; Soft Skills) и примерный фонд оплаты труда (ФОТ) нового подразделения.

Рекомендация для защиты отчета по практике: К ЗАДАНИЯМ 2.4, 2.5, 2.6 и 2.7 необходимо приложить расчеты ожидаемого экономического эффекта (рост выручки, снижение издержек на маркетинг) и наглядные макеты (эскизы баннеров, примеры постов, новые схемы выкладки товара).

Критерии оценивания:

Уровень освоения	Критерии
1	2
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Отметка «неудовлетворительно» выставляется также, если обучающийся отказался выступать.

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Форма проведения промежуточной аттестации дифференцированный зачет

Процедура проведения промежуточной аттестации включает следующие этапы:

- студент обязан предоставить руководителю на проверку полностью оформленные дневник по практике, индивидуальное задание и график прохождения практики, характеристику – отзыв руководителя и итоговый отчет по практике,
- руководитель проверяет полноту отчета и допускает к защите;
- собеседование – студент кратко докладывает о полученных результатах, сопровождая доклад электронной презентацией, отвечает на вопросы комиссии.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Отчет по практике

Проверяемые компетенции (код): ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8

Требования к оформлению отчета: Отчет должен представлять собой связный документ, включающий титульный лист, введение, основную часть согласно пунктам выданного задания, заключение с выводами, список использованных источников и приложения (при необходимости – скриншоты программ, фотографии, детальные таблицы Excel с расчетами).

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала(уровень освоения)	Показатели	Критерии
1	2	3
Отлично (85-100 баллов)	1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 2. Структурированность и полнота собранного материала;	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Хорошо (70-84 балла)	3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите; 4. Обоснованность сформулированных предложений.	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Цель: проверить умение студента систематически вести учет выполненной работы, анализировать собственную деятельность, выделять ключевые этапы производственного

процесса, эффективно взаимодействовать с руководителями и коллегами, а также формировать осознанный подход к профессиональному развитию.

Проверяемые компетенции (код): ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
1	2	3
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника 3. Полнота, правильность	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно (50-69 баллов)	ответов на вопросы при защите 4. Обоснованность	Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)	сформулированных предложений	Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Устный опрос

Перечень вопросов для проведения устного опроса.

Примерные вопросы на собеседовании по разделу 1:

1. Какова организационно-правовая форма предприятия и кто является его учредителями?
2. В каком году компания начала свою деятельность и как эволюционировала ее бизнес-модель за последние 3–5 лет?
3. Какие каналы сбыта использует предприятие (офлайн-розница, интернет-магазин, маркетплейсы, оптовые продажи)? Укажите их долю в общей выручке.
4. Опишите ключевые товарные категории: какие из них являются трафикообразующими, а какие — высокомаржинальными? Присутствуют ли собственные торговые марки?

5. Кто является основным конкурентом исследуемого предприятия в данном регионе/районе и в чем заключается ваше уникальное торговое предложение?
6. Каковы основные финансовые показатели деятельности (выручка, прибыль) за последний отчетный год согласно данным управленческого учета?
7. Какой тип организационной структуры принят в компании (линейно-функциональная, матричная) и зафиксирован ли он в штатном расписании?
8. Распределите функциональные обязанности между ключевыми руководителями (директор магазина, категорийный менеджер, управляющий складом). Кому они подчиняются напрямую?
9. Как выстроено взаимодействие между отделом закупок и торговым залом? Кто принимает окончательное решение о вводе новой ассортиментной позиции?
10. Существуют ли в структуре обособленные проектные группы или кросс-функциональные команды для решения операционных задач?
11. Каков уровень текучести кадров в торговой зоне и административном аппарате за последний год?
12. На основании каких критериев выбирается поставщик (цена, отсрочка платежа, логистика)? Как юридически оформляется договорная работа?
13. Как происходит сверка фактического прихода с электронным накладным документом (УПД)? Что делает сотрудник при выявлении брака или недостачи?
14. Применяется ли адресное хранение? Как регламентируется ротация товаров на складе?
15. На основе какого документа осуществляется выкладка товара в зале (планограмма)? Каков алгоритм действий продавца-консультанта при общении с покупателем?
16. Какое программное обеспечение используется? Как обрабатываются возвраты товара от покупателей «день в день» и спустя несколько дней?
17. С какой периодичностью проводится пересчет остатков и какими методами (полная, выборочная, циклическая)?
18. На каком этапе движения товара возникает наибольшая задержка времени (от заказа у поставщика до появления на полке)?
19. Где чаще всего возникают ошибки, вызванные человеческим фактором (ошибки при приемке, неправильная ценниковая навигация, кассовые разрывы)?
20. Используются ли в текущей работе устаревшие инструменты (бумажные журналы учета вместо ТСД, ручное составление заявок в Excel вместо автозаказа)?
21. Наблюдаются ли простои персонала в часы низкой покупательской активности или, наоборот, дефицит сотрудников в пиковые часы?
22. Насколько прозрачна система списания неликвидного товара и взаимодействия с возвратами поставщикам?
23. Какое конкретное оборудование необходимо закупить для реализации ваших предложений (например, терминалы сбора данных, новые сканеры штрих-кодов, принтеры этикеток)?
24. Потребуется ли приобретение или продление лицензий на специализированное программное обеспечение?
25. Нужно ли привлекать сторонних интеграторов для настройки систем или задача решается силами внутреннего IT-отдела?
26. Запланированы ли расходы на обучение линейного персонала работе с новыми регламентами или техникой?
27. Изменится ли смета ежемесячных расходов после внедрения (абонентская плата за облако, расходные материалы)?
28. За счет чего именно будет получен экономический эффект?
29. Приведите формулу расчета вашей экономии.
30. Как вы оценивали предотвращенный ущерб (потери, которых удастся избежать благодаря антикражным воротам или новому видеонаблюдению)?

31. Каков общий объем первоначальных инвестиций в ваш проект?
32. Рассчитайте простой срок окупаемости проекта.
33. Окупятся ли вложения менее чем за 12 месяцев?
34. Как внедрение предлагаемых мер повлияет на качественные показатели: скорость обслуживания одного клиента (в минутах), индекс удовлетворенности клиентов или производительность труда одного сотрудника?
35. Какие риски могут помешать достижению расчетных показателей эффективности и как вы предлагаете их минимизировать?

Примерные вопросы на собеседовании по разделу 2:

1. Какие политические или законодательные изменения в РФ за последний год (например, новые требования к маркировке товаров, налоговые поправки) оказали наибольшее влияние на деятельность вашего торгового предприятия?
2. Как текущая экономическая ситуация (инфляция, динамика реальных доходов населения) отразилась на покупательной способности ваших клиентов и среднем чеке магазина?
3. Назовите трех главных конкурентов исследуемого предприятия. По каким ключевым параметрам (цена, ассортимент, сервис, локация) ваше предприятие выигрывает у них, а по каким — проигрывает?
4. Какие технологические тренды (развитие бесконтактной оплаты, внедрение ИИ-кассиров, рост доли мобильного трафика) наиболее актуальны для вашей ниши торговли сегодня?
5. Опишите профиль вашего целевого потребителя: его пол, возраст, уровень дохода, семейное положение и основные ценности при выборе данного товара.
6. На основании каких признаков вы проводили сегментацию? Почему была выбрана именно эта модель деления рынка, а не другая?
7. Какой сегмент потребителей является самым прибыльным (*ABC-анализ* клиентов), а какой — самым многочисленным? Совпадают ли они?
8. Существуют ли сегменты, которые предприятие игнорирует, хотя их привлечение могло бы увеличить выручку без существенных затрат?
9. Какова была главная цель проведения опроса: проверить гипотезу о лояльности, выяснить причины отказов от покупки или протестировать новый концепт услуги?
10. Приведите пример одного самого важного открытого вопроса из вашей анкеты. Что конкретно вы хотели узнать с его помощью и как этот ответ поможет бизнесу?
11. Сколько респондентов было опрошено и соблюдалась ли репрезентативность выборки относительно общего числа клиентов торговой точки?
12. Какой самый неожиданный инсайт (скрытая потребность) удалось выявить в ходе устных интервью, который невозможно увидеть в сухой статистике продаж?
13. Проведите краткий *ABC/XYZ-анализ* ассортимента прямо сейчас: назовите одну позицию-лидера (группа AX) и одну позицию-аутсайдера (группа CZ). Ваши рекомендации по ним?
14. В чем заключаются ваши предложения по совершенствованию упаковки или мерчандайзинга? Как это визуально изменит полку и повлияет на импульсные покупки?
15. Предложите конкретную стратегию расширения или сокращения ассортиментной матрицы. От каких неликвидных позиций вы рекомендуете отказаться в первую очередь и почему?
16. Как ваши рекомендации по товарной политике согласуются с общей стратегией позиционирования бренда (эконом-сегмент, премиум, средний плюс)?
17. Какую базовую ценовую стратегию использует предприятие сейчас (следование за лидером, «снятие сливок», проникновение на рынок)? Эффективна ли она?

18. Разработайте конкретный механизм системы скидок для оптовых покупателей или участников программы лояльности. При каком объеме закупки скидка становится рентабельной для компании?

19. Как изменение цены на ключевой товар на 5% вверх или вниз, по вашим расчетам, повлияет на общую маржинальность и объем продаж (эластичность спроса)?

20. Чем ваша рекомендация по ценовому стимулированию отличается от того, что делают конкуренты? Почему покупатель выберет вас?

21. Проанализируйте географию сбыта: если это ритейл, насколько удачно расположены торговые точки с точки зрения пешеходного/автомобильного трафика?

22. Если компания занимается доставкой, какие узкие места («бутылочные горлышка») существуют в логистической цепочке «последней мили»?

23. Предложите один новый канал распределения (например, выход на маркетплейсы, открытие корнера в ТЦ, запуск франчайзинга). Какие инвестиции потребуются для входа в этот канал?

24. Как оптимизация сбытовой политики сократит время выполнения заказа клиентом?

25. Оцените текущий медиамикс предприятия: какой процент бюджета уходит в онлайн-рекламу, а какой — в офлайн? Насколько это распределение эффективно для вашей аудитории?

26. В чем заключается ваше главное рекламное сообщение (*Big Idea*)? Через какие каналы коммуникации оно транслируется потребителю?

27. Предложите три конкретных мероприятия по продвижению на ближайший месяц (например, коллаборация с блогером, участие в городской ярмарке, запуск контекстной рекламы).

28. Как вы предлагаете измерять эффективность коммуникаций? Назовите ключевые показатели эффективности, которые нужно отслеживать руководителю отдела маркетинга.

29. Если рекламная кампания в социальных сетях принесла много лайков, но ноль продаж. Где находится ошибка: в настройках таргетинга, в креативе или в посадочной странице сайта?

30. Рассчитайте стоимость привлечения клиента и пожизненную ценность клиента на примере данных предприятия. Выгодно ли компании привлекать таких клиентов в долгосроке?

31. Представьте ситуацию резкого падения органического трафика на сайт. Составьте пошаговый план действий интернет-маркетолога в первые 24 часа.

32. Существует ли на предприятии выделенная служба маркетинга или эти функции распределены между другими отделами (продажи, директор)? Кому подчиняется маркетинг сейчас?

33. Нарисуйте предлагаемую вами схему организационной структуры. Сколько человек должно быть в отделе и кто кому подчиняется?

34. Обоснуйте необходимость найма конкретного специалиста (например, аналитика данных или SMM-менеджера). Какие задачи он будет решать ежедневно, которые сейчас простаивают?

35. Как предложенная вами структура обеспечит более быструю реакцию бизнеса на действия конкурентов и изменения рыночной конъюнктуры?

Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно ис-

	Степень осознанности, понимания изученного	пользуя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)	Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО: Тестовые задания по компетенциям

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ОК 02

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
1	2	3	4	5
базовый	1.1	Как технология «Больших данных» может быть применена в стратегическом планировании розничной торговой сети? а) для печати кассовых чеков б) для персонализации предложений клиентам, прогнозирования спроса на товары и оптимизации выкладки на основе анализа поведения миллионов покупателей в) для ведения списка контактов сотрудников г) для отправки массовых e-mail рассылок без сегментации	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	1.2	Какой из перечисленных инструментов относится к классу технологий искусственного интеллекта (AI) и активно применяется в современном маркетинге для автоматизации коммуникации с клиентами? а) электронная таблица б) чат-бот в) бухгалтерская программа г) поисковая система	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	1.3	Для чего при построении финансовой модели проекта используется инструмент «Анализ чувствительности»? а) чтобы определить самый красивый цвет для оформления презентации инвесторам б) чтобы оценить, как изменение одного ключевого параметра повлияет на итоговый	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		показатель эффективности проекта в) чтобы рассчитать точное количество дней до запуска бизнеса г) чтобы автоматически составить текст резюме бизнес-плана		
	1.4	Какую основную задачу решает система сквозной аналитики в маркетинге и торговле? а) автоматически вести бухгалтерский учет б) отслеживать полный путь клиента от первого клика по рекламе до повторной покупки, связывая данные из рекламных кабинетов, CRM и кассового ПО в) генерировать случайные идеи для контента в социальных сетях г) управлять складскими остатками в режиме реального времени	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	1.5	Что из перечисленного является примером использования предиктивной (прогнозной) аналитики в торговой деятельности? а) составление отчета о продажах за прошлый месяц б) прогнозирование объема продаж на следующий квартал на основе данных о прошлых продажах, сезонности и текущих трендах в) ведение списка клиентов в электронной таблице г) ручной ввод данных о приходе товара на склад.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	1.6	Какой тип программного обеспечения позволяет предпринимателю смоделировать финансовое состояние будущей компании, рассчитать ее рентабельность, срок окупаемости и потребность в инвестициях еще до реального запуска бизнеса? а) текстовый редактор б) специализированная программа для бизнес-планирования и финансового моделирования в) графический редактор г) почтовый клиент	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	1.7	Расположите в правильном порядке этапы работы с данными для принятия бизнес-решения. а) очистить данные от ошибок, дубликатов и	гбав	Задания закрытого типа на установ-

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
		привести их к единому формату б) собрать необходимую информацию из доступных источников (отчеты, опросы, статистика) в) проанализировать обработанные данные, чтобы найти закономерности и сделать выводы г) определить цель анализа и какие именно данные для этого потребуются		ление последовательности
	1.8	Установите правильную последовательность действий при анализе эффективности рекламной кампании в интернете. а) определить, какие объявления привели к целевым действиям (покупкам, заявкам) б) разметить все ссылки в рекламных объявлениях специальными метками для отслеживания в) собрать данные о кликах, показах и поведении пользователей на сайте г) сравнить затраты на рекламу с доходом, полученным от этих клиентов	бваг	Задания закрытого типа на установление последовательности
Высокий	1.9	Рассчитайте конверсию сайта, если за день его посетило 1500 человек, а покупку совершили 45 из них. Введите ответ в процентах без знака %.	Эталонный ответ (3)	Задания открытого типа с вводом числа
	1.10	Рассчитайте конверсию интернет-магазина из посетителя в покупателя. За сутки сайт посетили 2400 человек, а совершили покупку 72 из них. Введите ответ в процентах без знака %.	Эталонный ответ (3)	Задания открытого типа с вводом числа

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ОК 03

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
1	2	3	4	5
Базовый	2.1	Что из перечисленного является ключевым отличием личного финансового плана от бизнес-плана? а) в бизнес-плане не учитываются риски б) личный финансовый план ориентирован на достижение жизненных целей индивида	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		(финансовая независимость, крупные покупки), а бизнес-план — на создание и развитие коммерческой единицы для получения прибыли в) бизнес-план составляется только на один год, а личный финансовый план — на всю жизнь г) в личном финансовом плане не требуется вести учет доходов и расходов		
	2.2	Предприниматель планирует взять кредит на развитие бизнеса. Какое из его решений демонстрирует высокий уровень финансовой грамотности? а) взять кредит в первом же банке, который его предложил, чтобы не тратить время б) выбрать кредит с самой низкой процентной ставкой, не обращая внимания на дополнительные комиссии и страховки в) сравнить полную стоимость кредита в нескольких банках, учитывая все платежи и комиссии, и выбрать наиболее выгодное предложение г) взять кредит в иностранной валюте, потому что там процентная ставка ниже	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	2.3	Какой из перечисленных факторов является внутренним для предпринимателя при планировании своего дела? а) изменение налогового законодательства в стране б) появление нового сильного конкурента на рынке в) глобальный экономический кризис г) уровень квалификации и мотивация персонала компании	г	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	2.4	Что такое «точка безубыточности» в контексте бизнес-планирования и каково ее значение для предпринимателя? а) это точка во времени, когда компания должна выйти на IPO б) это минимальный объем продаж (в деньгах или штуках), при котором доходы компании полностью покрывают все ее расходы, а прибыль равна нулю. Она показывает порог рентабельности бизнеса в) это момент, когда предприниматель решает закрыть убыточный проект г) это максимальная прибыль, которую может получить компания за год.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
	2.5	Студент планирует после окончания колледжа открыть свой интернет-магазин. Какое его действие будет являться первым шагом в рамках предпринимательской деятельности? а) регистрация юридического лица (ИП или ООО) б) закупка первой партии товара в) разработка бизнес-плана для оценки жизнеспособности идеи и расчета необходимых ресурсов г) Создание сайта-витрины	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	2.6	Какое из утверждений о соотношении риска и доходности в финансах является верным? а) доходность инвестиций всегда прямо пропорциональна риску: чем выше потенциальная доходность, тем выше риск потери части или всех вложенных средств б) существуют безрисковые инвестиции с гарантированной высокой доходностью в) риск и доходность никак не связаны между собой г) чем выше риск, тем ниже доходность	а	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повышенный	2.7	Расположите в правильном порядке этапы создания собственного дела от идеи до реализации. а) разработка бизнес-плана, включая финансовый и маркетинговый разделы б) регистрация предпринимательской единицы и решение организационно-правовых вопросов в) поиск и оценка бизнес-идеи, анализ рынка и собственных компетенций г) привлечение необходимых ресурсов (финансирование, помещение, оборудование)	вабг	Задания закрытого типа на установление последовательности
	2.8	Соотнесите тип предпринимательских рисков с его примером а) производственный риск б) финансовый риск в) коммерческий риск 1) риск того, что товар или услуга не будут востребованы рынком в планируемом объеме. 2) риск невыполнения обязательств по кредиту из-за нехватки денежных средств 3) риск поломки оборудования, срыва поставок сырья или роста себестоимости продукции	а-3 б-2 в-1	Задания закрытого типа на установление соответствия
высо-	2.9	Предприниматель взял кредит в размере 500	Эталон-	Задания

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
кий		000 рублей под 15% годовых. Какова будет сумма процентов за первый год пользования кредитом? Введите число в рублях	ный ответ (75000)	открыто- го типа с вводом числа
	2.10	Предприниматель взял кредит в размере 100 000 рублей под 15% годовых. Какова будет сумма процентов за первый год пользования кредитом? Введите число в рублях	Эталон- ный ответ (15000)	Задания открыто- го типа с вводом числа

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ОК 04

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	3.1	При работе над общим проектом (например, бизнес-планом) в онлайн-среде крайне важно использовать единое информационное пространство. Какое из утверждений объясняет, почему это необходимо для эффективности команды? а) чтобы у руководителя был полный контроль над каждым шагом сотрудников б) чтобы обеспечить прозрачность информации, избежать дублирования работы и потери данных в) чтобы каждый член команды мог работать в полной изоляции от других г) чтобы усложнить доступ к информации для посторонних	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	3.2	В команде по разработке бизнес-плана есть «звездный» финансовый аналитик, который высокомерно относится к идеям других и неохотно делится информацией. Какое негативное последствие для командной работы и качества итогового документа является наиболее вероятным? а) ускорение процесса разработки б) повышение точности финансового плана в) снижение мотивации других членов команды и потеря ценных идей из других областей (маркетинга, производства) г) укрепление авторитета руководителя	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
	3.3	Для оценки эффективности будущей маркетинговой кампании команда использует SWOT-анализ. Какой тип командной работы здесь задействован в первую очередь? а) Конкурентная работа б) Индивидуальная аналитическая работа в) Синергетическое взаимодействие г) Делегирование полномочий	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	3.4	Руководитель отдела маркетинга ставит задачу: «Нам нужно увеличить продажи». Эта формулировка является неэффективной для командной работы. Какое ключевое правило постановки целей в команде здесь нарушено? а) цель должна быть амбициозной б) цель должна быть конкретной, измеримой и иметь четкие сроки (соответствовать критериям SMART) в) цель должна быть поставлена публично г) цель должна быть финансово выгодной	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	3.5	При работе над общим проектом по бизнес-планированию в облачном сервисе один из сотрудников постоянно сохраняет файлы под разными названиями («финансы_финал», «финансы_финал2»), что приводит к путанице. Какое базовое правило эффективной командной работы в цифровой среде нарушается? а) правило использования единой платформы и системы именования файлов б) правило конфиденциальности данных в) правило ежедневных отчетов г) правило использования лицензионного ПО	а	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	3.6	На этапе презентации готового бизнес-плана инвесторам участвуют несколько членов команды: автор маркетингового плана, финансовый директор и руководитель проекта. Какая форма командного взаимодействия является наиболее эффективной для этой задачи? а) каждый выступает независимо друг от друга со своим блоком б) ответы на вопросы инвесторов дает только руководитель проекта, остальные молчат в) взаимодополняющее взаимодействие, где каждый отвечает за свою зону экспертизы, но демонстрирует единство команды г) выступает только самый опытный спикер, представляя работу как свою собственную	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы-	3.7	Расположите в правильном порядке этапы	агвб	Задания

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
шен- ный		проведения эффективного командного совеща- ния для решения бизнес-задачи. а) определение повестки дня, цели встречи и распределение ролей (ведущий, секретарь) б) подведение итогов, формулирование при- нятых решений и назначение ответственных за их выполнение в) обсуждение вопросов по повестке, генера- ция идей и анализ проблем г) подготовка необходимых материалов (от- четы, данные) и оповещение участников		закрытого типа на установ- ление по- следова- тельности
	3.8	Установите последовательность действий при внедрении метода мозгового штурма для разработки маркетинговой акции. а) генерация максимального количества идей участниками без какой-либо критики б) анализ, группировка и оценка предложен- ных идей для выбора наиболее перспектив- ных. в) четкая постановка проблемы или задачи, которую необходимо решить. г) определение правил (например, «критика запрещена», «идеи не отвергаются») и назна- чение ведущего.	вгаб	Задания закрытого типа на установ- ление по- следова- тельности
высо- кий	3.9	Процесс передачи задач и полномочий от руководителя к подчиненному с сохранени- ем ответственности за конечный результат называется _____. (Введите слово с ма- ленькой буквы)	Эталон- ный ответ (делеги- рованием)	Задания открыто- го типа с вводом слова
	3.10	Совокупность знаний, умений и психологи- ческих установок, направленных на построе- ние продуктивного общения и сотрудниче- ства в профессиональной деятельности, называется _____ компетенцией. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (комму- никатив- ной)	Задания открыто- го типа с вводом слова

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.1

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	4.1	Какое из следующих действий является при- мером полевого маркетингового исследова- ния?	в	Задания закрытого типа с

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		а) анализ статистических данных о продажах отрасли за прошлый год б) изучение отчетов исследовательских агентств о потребительском поведении в) проведение опроса посетителей торгового центра об их предпочтениях г) поиск информации о конкурентах на их официальных сайтах		выбором одного ответа
	4.2	Анализируя отчеты о продажах, маркетолог обнаружил резкий спад продаж в конкретном регионе. Какое его первоочередное действие для выявления причины? а) Запустить рекламную кампанию с геотаргетингом на этот регион б) Снизить цену на товар в этом регионе в) Провести полевое исследование (например, тайный покупатель, опросы) для анализа работы дистрибьюторов и конкурентов г) Уволить регионального менеджера по продажам.	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	4.3	Что такое «выборка» в контексте количественного маркетингового исследования? а) набор открытых вопросов в анкете б) группа объектов (людей), отобранная из общей совокупности для непосредственного изучения в) метод анализа данных, полученных в ходе интервью г) итоговый отчет, содержащий выводы исследования	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	4.4	При проведении SWOT-анализа для нового магазина у дома, сильный конкурент, открывшийся через дорогу, будет являться: а) силой стороной б) слабой стороной в) возможностью г) угрозой	г	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	4.5	Целью позиционирования товара на рынке является: а) установление самой низкой цены среди конкурентов б) создание четкого, отличного от конкурентов образа товара в сознании целевой аудитории в) максимально широкий охват всех каналов сбыта г) увеличение рекламного бюджета	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	4.6	Какой метод сбора первичной информации	а	Задания

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		лучше всего подходит для понимания мотивов и эмоций потребителей при выборе шоколада? а) глубинное интервью глубинное б) онлайн-анкетирование с закрытыми вопросами в) наблюдение за поведением покупателей у полки в магазине г) телефонный опрос		закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	4.7	Соотнесите вид маркетингового исследования с его основной целью 1) описать характеристики определенных групп (например, портрет покупателя). 2) выявить причинно-следственные связи (например, как изменение цены повлияет на спрос). 3) собрать предварительную информацию для определения проблемы или гипотезы. а) разведочное б) описательное в) каузальное	1-б 2-в 3-а	Задания закрытого типа на установление соответствия
	4.8	Установите правильную последовательность этапов процесса управления маркетингом. а) разработка комплекса маркетинга (стратегии) б) анализ рыночных возможностей в) контроль маркетинговой деятельности г) реализация маркетинговых мероприятий д) постановка целей и задач	бдагв	Задания закрытого типа на установление последовательности
высо- кий	4.9	Процесс разделения рынка на однородные группы потребителей со схожими потребностями и поведением называется _____ рынка. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (сегмен- тация)	Задания открытого типа с вводом слова
	4.10	Если в городе проживает 500 000 человек, а целевая аудитория составляет 20% от населения, то численность целевой аудитории составит _____ человек. (Введите число без единиц измерения)	Эталон- ный ответ (100000)	Задания открытого типа с вводом числа

ПК 3.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.2

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	5.1	Какое из утверждений о цене как инструмен- те маркетинга является верным с точки зре- ния исследования? а) цена — это единственная составляющая комплекса маркетинга, которая не требует исследования б) исследование эластичности спроса по цене помогает определить, как изменение цены повлияет на объем продаж и выручку в) цена всегда должна быть ниже, чем у ос- новного конкурента г) потребители всегда выбирают товар с са- мой низкой ценой	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	5.2	Что из перечисленного является примером вторичной информации для маркетингового исследования? а) результаты анкетирования покупателей на выходе из супермаркета б) данные о демографической ситуации в го- роде из отчета Росстата в) транскрипты записей фокус-групп, прове- денных на прошлой неделе г) отчет тайного покупателя о качестве об- служивания в конкретной торговой точке	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	5.3	Компания хочет узнать, как изменится спрос на ее продукцию, если она повысит цену на 10%. Какой метод исследования будет наиболее подходящим? а) кабинетное исследование б) фокус-группа в) полевой эксперимент г) наблюдение в торговом зале.	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	5.4	Какая из перечисленных задач НЕ является целью маркетингового исследования? а) оценка рыночных тенденций и конъюнк- туры б) сегментация рынка и выбор целевых сег- ментов в) разработка логотипа и фирменного стиля компании г) изучение поведения потребителей и их предпочтений	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	5.5	Какой элемент комплекса маркетинга (4P) в первую очередь отвечает за формирование ценности товара в глазах потребителя и его отличие от конкурентов? а) товар	а	Задания закрытого типа с выбором одного

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		б) цена в) место г) продвижение		ответа
	5.6	Кофейня запускает акцию «Купи 5 чашек кофе - 6-я в подарок». Какой инструмент комплекса маркетинга используется в дан- ном случае? а) товар б) цена в) место г) продвижение	г	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	5.7	Соотнесите этап жизненного цикла товара с наиболее эффективной стратегией продви- жения. а) внедрение на рынок б) рост в) зрелость г) спад 1) акцент на напоминающую рекламу, скид- ки для удержания доли рынка 2) агрессивная реклама для информирования рынка и создания первичного спроса. 3) акцент на отличительные преимущества бренда, формирование лояльности. 4) минимальные рекламные расходы, рас- продажи остатков	а-2 б-3 в-1 г-4	Задания закрытого типа на установ- ление со- ответ- ствия
	5.8	Установите последовательность шагов в во- ронке продаж для интернет-магазина при ис- пользовании инструментов лидогенерации (например, квиза). а) пользователь проходит квиз и оставляет контактные данные (становится лидом) б) пользователь видит рекламу квиза в ленте новостей в) менеджер отдела продаж связывается с лидом и закрывает сделку г) пользователь переходит на лендинг с кви- зом из рекламного объявления	бгав	Задания закрытого типа на установ- ление по- следова- тельности
высо- кий	5.9	Если из базы в 5000 подписчиков письмо от- крыли 1500 человек, а целевое действие (например, переход на сайт) совершили 75 человек, каков процент конверсии? (Введите число без единиц измерения)	5	Задания открыто- го типа с вводом числа
	5.10	Если затраты на рекламную кампанию соста- вили 50 000 рублей, а она привела 25 новых клиентов, какова стоимость привлечения од- ного клиента? (Введите число без единиц измерения)	2000	Задания открыто- го типа с вводом числа

ПК 3.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.3

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
1	2	3	4	5
базовый	6.1	При проведении ценового мониторинга «ценовой коридор» - это: а) диапазон цен, в котором находится стоимость товара у большинства ключевых конкурентов б) разница между самой высокой и самой низкой ценой на рынке в) средняя цена на товар за последний год г) цена, установленная государством как максимальная.	а	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	6.2	Выявление того, что основной конкурент снизил цену на 5% на весь ключевой ассортимент, является результатом какого вида маркетинговой деятельности? а) маркетингового исследования предпочтений потребителей б) ценового мониторинга и конкурентного анализа в) SNW-анализа внутренней среды предприятия г) планирования рекламной кампании.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	6.3	Какую основную ошибку может допустить аналитик при сборе ценовых показателей без использования интеллектуальных технологий? а) он не сможет построить график б) данные могут устареть к моменту их систематизации, что приведет к принятию неверных управленческих решений в) он не узнает имя директора конкурирующей фирмы г) он не сможет посчитать среднюю цену	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	6.4	Для чего при систематизации данных ценового мониторинга необходимо использовать «эталонный товар» или «товар-маяк»? а) чтобы определить самый дорогой товар на рынке б) чтобы иметь базовый объект для сравнения и калибровки системы мониторинга, так как он всегда есть в наличии у всех ключевых игроков в) чтобы найти самый некачественный товар	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
		г) чтобы определить лидера рынка по прибыли		
	6.5	Компания использует систему, которая не только собирает цены конкурентов, но и автоматически корректирует собственные цены в зависимости от заданных правил. Как называется такая стратегия? а) ценовое лидерство б) динамическое ценообразование в) проникновение на рынок г) снятие сливок	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	6.6	Производитель высококачественного органического кофе устанавливает на свой продукт цену, которая в 3 раза выше средней по рынку. Какую основную маркетинговую цель, помимо получения прибыли, преследует компания, используя такую стратегию «премиального ценообразования»? а) максимально быстрое завоевание доли рынка б) создание у потребителя восприятия продукта как эксклюзивного и высококачественного в) стимулирование повторных покупок за счет цены д) избавление от товарных остатков на складе	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повышенный	6.7	Установите соответствие между ценовой стратегией и ее основной маркетинговой целью или характеристикой. а) премиальное ценообразование б) проникновение на рынок в) ценовое лидерство г) следование за лидером 1) установление низкой цены для быстрого захвата доли рынка 2) установление высокой цены для создания имиджа эксклюзивности и высокого качества 3) установление цен на основе цен доминирующего игрока на рынке 4) установление самой низкой цены на рынке за счет оптимизации издержек	а-2 б-1 в-4 г-3	Задания закрытого типа на установление соответствия
	6.8	Соотнесите элемент комплекса маркетинга (4Р) с тем, как он напрямую влияет на ценообразование. а) товар б) цена в) место	а-2 б-4 в-1 г-3	Задания закрытого типа на установление соответствия

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		г) продвижение 1) каналы сбыта добавляют свою наценку, формируя конечную цену 2) является основой для формирования ценности и, как следствие, цены 3) затраты на продвижение и рекламу должны окупаться через цену 4) является объектом мониторинга и ключевым фактором конкурентоспособности		ствия
высо- кий	6.9	Процесс установления цены на основе воспринимаемой потребителем выгоды товара, а не только на основе издержек или цен конкурентов, называется ценообразованием на основе _____. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (ценно- сти)	Задания открыто- го типа с вводом слова
	6.10	Компания снизила цену на товар с 500 до 450 рублей. В результате объем продаж вырос с 200 до 260 единиц в неделю. Рассчитайте коэффициент ценовой эластичности спроса по цене и введите число с точностью до двух знаков после запятой	Эталон- ный ответ (2,60)	Задания открыто- го типа с вводом числа

ПК 3.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.4

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	7.1	Что из перечисленного является надежным и устойчивым конкурентным преимуществом, которое сложно быстро скопировать? а) временная скидка 20% на весь ассортимент б) уникальная запатентованная технология производства в) запуск агрессивной рекламной кампании в соцсетях г) предложение бесплатной доставки	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	7.2	Как дифференциация продукта напрямую влияет на его конкурентоспособность? а) она заставляет компанию снижать цену до уровня издержек б) она делает товар менее заметным на полке среди конкурентов в) она снижает чувствительность потреби-	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		лей к цене и позволяет компании уйти от прямой ценовой конкуренции г) она увеличивает зависимость от одного-единственного поставщика сырья		
	7.3	Какое определение наиболее точно описывает понятие «конкурентное преимущество»? а) любая особенность товара, которая отличает его от других б) фактор или комбинация факторов, которые позволяют компании превосходить конкурентов в достижении стратегических целей на протяжении длительного времени в) возможность предложить самую низкую цену на рынке г) наличие самого широкого ассортимента товаров в отрасли	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	7.4	Согласно классической теории Майкла Портера, какая из перечисленных <i>не является</i> одной из трех базовых стратегий достижения конкурентного преимущества? а) лидерство в издержках б) дифференциация в) фокусирование г) стратегия диверсификации	г	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	7.5	Что такое «позиционирование» в маркетинге? а) Физическое расположение склада или магазина компании б) Процесс создания и поддержания в сознании целевых потребителей определенного образа, восприятия или позиции товара или бренда относительно конкурентов в) Размещение рекламных материалов на билбордах в центре города г) Определение географических границ рынка сбыта.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	7.6	Что такое «уникальное торговое предложение»? а) Общее описание миссии и ценностей компании б) Конкретное и измеримое обещание выгоды для потребителя, которое может предложить только данный товар/бренд и которое конкуренты либо не предлагают, либо не могут сформулировать так же сильно	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		в) Список всех технических характеристик продукта г) Слоган компании, который звучит краси- во, но не несет конкретной пользы		
повы- шен- ный	7.7	Установите правильную последовательность действий при анализе конкурентных преимуществ товара для выхода на внешний рынок с целью формирования экспортной цены. а) оценка внутренних ресурсов компании (технологии, издержки, бренд) б) сравнительный анализ ключевых характеристик своего товара и товаров-конкурентов на целевом рынке в) определение уникальных свойств товара, превосходящих аналоги (создание ценности) г) трансформация выявленных преимуществ в ценностное предложение для иностранного потребителя и выбор стратегии ценообразо- вания	абвг	Задания закрытого типа на установление последовательности
	7.8	Определите последовательность шагов для проведения SWOT-анализа с акцентом на формирование конкурентного преимущества через ценообразование. а) анализ внешних возможностей и угроз б) сопоставление сильных сторон компании с рыночными возможностями для определения стратегии развития в) анализ внутренних сильных и слабых сторон компании г) разработка плана действий.	вабг	Задания закрытого типа на установление последовательности
высо- кий	7.9	Способность товара быть проданным на внешнем рынке в конкуренции с зарубежными аналогами называется _____ товара на мировом рынке. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (конку- рентоспо- собность)	Задания открытого типа с вводом слова
	7.10	Ценностное предложение, которое ясно сообщает клиенту, почему он должен купить именно ваш товар, называется уникальным _____ предложением. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (торго- вым)	Задания открытого типа с вводом слова

ПК 3.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.5

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	8.1	В финансовом моделировании денежный поток от операционной деятельности в первый год проекта часто является отрицательным. Какое экономическое явление это наиболее точно отражает? а) убыточность бизнеса с первого дня б) необходимость покрытия первоначальных инвестиций и постоянных затрат до выхода на точку безубыточности в) ошибку в расчетах г) высокую налоговую нагрузку	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	8.2	Какой из следующих разделов является обязательным и ключевым в структуре бизнес-плана, так как он обосновывает жизнеспособность всей идеи? а) описание компании и отрасли б) маркетинговый план в) финансовый план г) организационный план	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	8.3	В чем заключается основная разница между простым периодом окупаемости и дисконтированным периодом окупаемости? а) простой период окупаемости учитывает налоги, а дисконтированный период окупаемости — нет б) дисконтированным периодом окупаемости учитывает изменение стоимости денег во времени, а простой период окупаемости — нет в) простой период окупаемости рассчитывается в месяцах, а дисконтированный период окупаемости — в годах г) простой период окупаемости используется для малого бизнеса, а дисконтированный период окупаемости — для крупного.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	8.4	При расчете точки безубыточности в бизнес-плане необходимо знать постоянные и переменные затраты. Что из перечисленного является примером постоянных затрат? а) стоимость сырья для производства одной единицы продукции б) сдельная заработная плата рабочих на конвейере в) арендная плата за производственный цех г) затраты на упаковку для каждой проданной единицы товара	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	8.5	Какое из следующих утверждений о ставке	б	Задания

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		дисконтирования в финансовой модели является верным? а) она всегда равна ставке по банковскому вкладу б) она используется для того, чтобы привести будущие денежные потоки к их текущей стоимости, отражая принцип «деньги сегодня стоят дороже, чем деньги завтра» в) она применяется только для расчета налогов г) чем выше ставка дисконтирования, тем выше текущая стоимость будущих доходов		закрытого типа с выбором одного ответа
	8.6	В чем заключается ключевое отличие финансовой модели от бухгалтерского учета, на который часто ориентируются новички при планировании? а) финансовая модель создается только в программе Excel, а бухгалтерский учет — в 1С б) финансовая модель сфокусирована на будущем (прогнозы и сценарии), в то время как бухгалтерский учет отражает прошлые события в) финансовая модель нужна только для получения кредита в банке г) бухгалтерский учет учитывает налоги, а финансовая модель — нет.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	8.7	Установите правильную последовательность этапов разработки финансовой модели в рамках бизнес-планирования. а) сбор исходных данных и допущений (объемы продаж, цены, затраты) б) формирование прогнозных форм финансовой отчетности в) определение цели моделирования и ключевых показателей эффективности г) анализ и проверка модели на реалистичность и стресс-тестирование	вабг	Задания закрытого типа на установление последовательности
	8.8	Соотнесите раздел бизнес-плана с его основной целью или содержанием а) резюме б) маркетинговый план в) производственный план г) финансовый план 1) обосновывает спрос на товар/услугу, анализирует конкурентов и описывает стратегию продвижения 2) описывает технологию производ-	а-3 б-1 в-2 г-4	Задания закрытого типа на установление соответствия

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		ства/оказания услуг, характеристики и преимущества продукта 3) содержит краткую выжимку всего бизнес-плана для потенциальных инвесторов 4) представляет все расчеты: прогноз прибылей и убытков, движения денежных средств, инвестиционные затраты		
высо- кий	8.9	Рассчитайте точку безубыточности в натуральном выражении (в штуках), если постоянные затраты составляют 150 000 рублей в месяц, цена продажи одной единицы товара — 500 рублей, а переменные затраты на производство одной единицы — 300 рублей. (Введите число без единиц измерения)	Эталон- ный ответ (750)	Задания открыто- го типа с вводом числа
	8.10	В финансовой модели выручка от продаж составляет 500 000 рублей. Себестоимость проданных товаров — 300 000 рублей. Операционные расходы (аренда, зарплата) — 150 000 рублей. Налог на прибыль — 25%. Рассчитайте чистую прибыль (в рублях). (Введите число без единиц измерения)	Эталон- ный ответ (37500)	Задания открыто- го типа с вводом числа

ПК 3.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.6

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	9.1	Рентабельность собственного капитала рассчитывается как отношение чистой прибыли к: а) выручке от реализации б) совокупным активам компании в) среднегодовой величине собственного капитала г) величине заемного капитала	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	9.2	Если показатель чистого дисконтированного дохода инвестиционного проекта равен нулю, это означает, что: а) проект убыточен и его следует отклонить б) проект не принесет ни прибыли, ни убытка, но покроет стоимость привлеченного капитала и требуемую норму доходности в) проект генерирует огромную прибыль г) срок окупаемости проекта равен нулю	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
	9.3	В чем заключается главный недостаток показателя простого срока окупаемости как критерия эффективности инвестиций? а) он слишком сложен для расчета б) он не учитывает стоимость денег во времени в) он не показывает, будет ли проект прибыльным г) его нельзя рассчитать в программных продуктах.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	9.4	Если рентабельность продаж компании составляет 15%, это означает, что: а) в каждом рубле выручки содержится 15 копеек чистой прибыли б) в каждом рубле активов содержится 15 копеек чистой прибыли в) на каждые 100 рублей собственного капитала приходится 15 рублей чистой прибыли г) себестоимость проданных товаров составляет 15% от выручки	а	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	9.5	При оценке двух взаимоисключающих проектов с помощью показателя чистого дисконтированного дохода всегда следует выбирать тот проект, у которого: а) Срок окупаемости короче б) Значение чистого дисконтированного дохода выше (при условии, что оно положительное) в) Внутренняя норма доходности выше г) Индекс рентабельности ниже	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	9.6	Какое из следующих утверждений об индексе рентабельности инвестиций является верным? а) если индекс рентабельности инвестиций > 1 , то чистый дисконтированный доход проекта будет отрицательным б) если индекс рентабельности инвестиций < 1 , то проект следует принять к реализации в) если индекс рентабельности инвестиций > 1 , то проект следует принять к реализации г) индекс рентабельности инвестиций показывает срок, за который окупятся инвестиции	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повышенный	9.7	Расположите в правильном порядке шаги для расчета рентабельности продаж за отчетный период. а) разделить полученный результат на общую выручку от продаж.	гбав	Задания закрытого типа на установление по-

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		б) рассчитать чистую прибыль компании в) умножить полученный результат на 100% для выражения в процентах. г) определить общую выручку от продаж (без НДС и акцизов)		следова- тельности
	9.8	Установите соответствие между показателем и его экономическим смыслом для предпринимателя а) точка безубыточности б) внутренняя норма доходности в) рентабельность собственного капитала 1) показывает, сколько прибыли приносит каждый рубль, вложенный собственниками 2) показывает объем продаж, при котором доходы полностью покрывают все расходы 3) показывает максимальную ставку стоимости капитала, при которой проект остается прибыльным	а-2 б-3 в-1	Задания закрытого типа на установление соответствия
высо- кий	9.9	Разница между всеми притоками и оттоками денежных средств за определенный период называется _____ потоком. (Введите слово с маленькой буквы)	Эталон- ный ответ (денеж- ным)	Задания открытого типа с вводом слова
	9.10	Выручка компании за год составила 10 000 000 рублей. Среднегодовая стоимость ее активов равна 2 000 000 рублей. Рассчитайте коэффициент оборачиваемости активов. (Введите число без единиц измерения)	Эталон- ный ответ (5)	Задания открытого типа с вводом числа

ПК 3.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.7

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	10.1	Анализ финансовой модели показал, что у розничного магазина очень низкая оборачиваемость запасов. Какое управленческое решение с наибольшей вероятностью напрямую улучшит этот показатель? а) увеличить бюджет на рекламу в социальных сетях б) провести распродажу залежалого товара и пересмотреть ассортиментную матрицу в) нанять дополнительного продавца	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		консультанта г) поднять цены на весь ассортимент на 10%		
	10.2	В финансовой модели кофейни точка безубыточности достигается при продаже 200 чашек кофе в месяц. Текущие продажи составляют 250 чашек. Какое мероприятие позволит наиболее эффективно использовать этот запас прочности для повышения прибыли? а) снизить цену на чашку кофе на 10%, чтобы привлечь новых клиентов б) внедрить программу лояльности для увеличения среднего чека и частоты визитов текущих клиентов в) увеличить аренду помещения, чтобы переехать в более проходное место г) нанять второго бариста, чтобы ускорить обслуживание.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	10.3	Анализ отчета о финансовых результатах показал, что доля себестоимости проданных товаров в выручке выросла с 30% до 40% за квартал. Что является первоочередным мероприятием для исправления ситуации? а) сократить расходы на маркетинг б) провести переговоры с поставщиками о снижении закупочных цен или найти альтернативных поставщиков в) уволить часть административного персонала г) поднять цены на все товары на 15%	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	10.4	Какое из перечисленных мероприятий относится к повышению операционной, а не финансовой эффективности бизнеса? а) рефинансирование кредита в другом банке под более низкий процент б) внедрение CRM-системы для автоматизации работы с клиентами в) выпуск облигаций для привлечения инвестиций г) привлечение стратегического инвестора в обмен на долю в компании	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	10.5	Анализ показал, что у компании высокая доля постоянных затрат. Какое мероприятие по повышению эффективности прямо нацелено на изменение этой структуры затрат? а) внедрение KPI для производственного персонала б) перевод сотрудников на удаленную работу	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		и отказ от части офиса в) запуск новой рекламной акции г) смена поставщика упаковки.		
	10.6	Для повышения эффективности работы отдела продаж руководство решило ввести новую систему мотивации. Какой показатель из финансовой модели должен стать ключевым в этой системе для менеджера по продажам? а) выручка б) валовая прибыль в) количество звонков клиентам г) Количество проведенных встреч	а	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	10.7	Установите правильную последовательность действий для разработки мероприятий по повышению рентабельности продаж. а) разработка и внедрение конкретных мероприятий б) анализ структуры затрат и выявление наиболее весомых статей расходов в) расчет текущего показателя рентабельности продаж и его сравнение с плановым или среднеотраслевым значением г) сбор и систематизация данных о выручке и себестоимости за анализируемый период	гвба	Задания закрытого типа на установление последовательности
	10.8	Установите соответствие между проблемой в финансовой модели и мероприятием по ее устранению а) высокая доля нереализованных запасов на складе б) низкая рентабельность продаж при высокой выручке в) высокие коммерческие расходы, не приводящие к росту продаж 1) внедрение КРІ для отдела продаж, привязанных к валовой прибыли 2) проведение маркетинговой акции «1+1=3» для быстрой распродажи 3) пересмотр маркетингового бюджета, отказ от неэффективных каналов	а-2 б-1 в-3	Задания закрытого типа на установление соответствия
высо- кий	10.9	Комплексное мероприятие по пересмотру всех статей расходов компании с целью их сокращения без потери качества называется _____ затрат. (Введите слово с маленькой буквы в именительном падеже)	Эталон- ный ответ (оптимизация)	Задания открытого типа с вводом слова
	10.10	Компания имеет постоянные затраты в размере 200 000 руб. в месяц. Цена единицы товара — 500 руб., переменные затраты на единицу — 300 руб. Рассчитайте точку без-	Эталон- ный ответ (1000)	Задания открытого типа с вводом

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		убыточности в натуральном выражении (в штуках). Введите целое число.		числа

ПК 3.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринима-
тельской единицы

Таблица – Тестовые задания и уровень сложности для компетенции ПК 3.8

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
1	2	3	4	5
базо- вый	11.1	Какая из перечисленных групп данных явля- ется первоочередным и наиболее надежным источником информации для выявления внутренних бизнес-проблем при анализе су- ществующей компании? а) отзывы клиентов в социальных сетях б) внутренняя управленческая и финансовая отчетность в) анонимные опросы сотрудников г) публикации в отраслевых СМИ.	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	11.2	В чем заключается ключевое отличие каче- ственного анализа риска от количественного при сборе информации о бизнес-проблемах? а) качественный анализ проводится до со- здания финансовой модели, а количествен- ный — после б) качественный анализ определяет природу и причины риска, а количественный — его вероятность и степень влияния в измеримых величинах (рублях, процентах) в) качественный анализ обязателен для мало- го бизнеса, а количественный - только для крупных корпораций г) качественный анализ не требует сбора данных, а основан на интуиции эксперта	б	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	11.3	При анализе рисков для нового проекта по открытию кофейни, какой из перечисленных факторов относится к внешним рискам, ко- торые компания не может контролировать напрямую? а) риск поломки кофемашины б) риск найма неквалифицированного бари- ста в) риск введения нового санитарного регла- мента властями города	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	11.4	Какой из перечисленных методов является	б	Задания

Уро- вень слож- ности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правиль- ный ответ	Тип зада- ния
		наиболее эффективным для выявления (идентификации) широкого спектра рисков на этапе мозгового штурма? а) анализ финансовой отчетности за прошлый год б) проведение SWOT-анализа в) расчет точки безубыточности г) составление штатного расписания.		закрытого типа с выбором одного ответа
	11.5	Что из перечисленного является примером операционного риска, который необходимо отразить в финансовой модели как потенциальную бизнес-проблему? а) изменение ключевой ставки ЦБ РФ б) появление на рынке нового сильного конкурента в) сбой в цепочке поставок основного сырья, ведущий к простоему производства г) резкое изменение модных тенденций	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
	11.6	В каком разделе стандартного бизнес-плана должна быть систематизирована информация о собранных бизнес-проблемах и рисках, а также план мероприятий по их минимизации? а) в резюме проекта б) в маркетинговом плане в) в разделе «Анализ рисков» г) в производственном плане.	в	Задания закрытого типа с выбором одного ответа
повы- шен- ный	11.7	Установите правильную последовательность действий в рамках процесса управления рисками при разработке бизнес-плана. а) разработка и внедрение мероприятий по минимизации или нейтрализации идентифицированных рисков б) идентификация и описание потенциальных рисков, которые могут повлиять на проект в) оценка вероятности наступления каждого риска и степени его возможного негативного влияния на ключевые показатели проекта г) документирование рисков и плана мероприятий по их обработке в специальном разделе бизнес-плана «Анализ рисков»	бваг	Задания закрытого типа на установление последовательности
	11.8	Установите соответствие между видом риска и его конкретным примером для торговой компании а) рыночный риск б) операционный риск в) финансовый риск	а-3 б-2 в-1	Задания закрытого типа на установление соответствия

Уровень сложности	Номер задания	Инструкция и текст задания (в т.ч. с вариантами ответов)	Правильный ответ	Тип задания
		1) банкротство или задержка поставок ключевого оптового поставщика 2) сбой в работе кассовой техники или ERP-системы 3) резкое падение спроса на сезонный товар		сствия
высокий	11.9	Компания закупает товар партиями по 1000 единиц. Спрос на товар нестабилен: в худшем случае он может упасть до 700 единиц. Рассчитайте запас прочности по спросу в процентах. Введите число	Эталонный ответ (30)	Задания открытого типа с вводом слова
	11.10	В финансовой модели выручка составляет 500 000 руб., а переменные затраты — 350 000 руб. Рассчитайте запас финансовой прочности (маржинальный доход) в рублях. Введите число.	Эталонный ответ (150000)	Задания открытого типа с вводом числа

Таблица 4 – Ключи к оцениванию тестов

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
1	б	б
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности		
1.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.7	гбав	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.8	бваг	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.9	з	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
1.10	з	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях		
2.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
2.2	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.3	г	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.5	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.6	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.7	вабг	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.8	А-3 Б-2 В-1	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.9	75000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
2.10	15000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде		
3.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.2	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.3	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.5	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.6	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.7	агвб	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.8	вгаб	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.9	делегированием	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
3.10	коммуникативной	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		
4.1	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.6	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.4	г	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
4.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.6	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.7	1-б 2-в 3-а	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.8	бдагв	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.9	сегментация	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
4.10	100000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации		
5.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.2	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.3	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.4	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.5	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.6	г	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.7	а-2 б-3 в-1 г-4	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.8	бгав	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.9	5	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
5.10	2000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий		
6.1	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.2	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.3	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.6	б	1 балл – полное соответствие,

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
		0 баллов – остальные случаи
6.7	а-2 б-1 в-4 г-3	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.8	а-2 б-4 в-1 г-3	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.9	ценности	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
6.10	2,60	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках		
7.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.2	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.3	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.4	г	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.7	абвг	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.8	вабг	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.9	конкурентоспособность	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
7.10	торговым	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов		
8.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.2	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.3	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.4	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.6	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.7	вабг	2 балл – полное соответствие,

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
		0 баллов – остальные случаи
8.8	а-3 б-1 в-2 г-4	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.9	750	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
8.10	37500	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов		
9.1	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.2	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.3	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.4	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.6	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.7	гбав	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.8	а-2 б-3 в-1	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.9	денежным	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
9.10	5	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности		
10.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.2	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.3	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.5	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.6	а	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.7	гвба	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.8	а-2 б-1	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи

Номер задания	Правильный ответ	Критерий оценивания
	в-3	
10.9	оптимизация	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
10.10	1000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
ПК 3.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы		
11.1	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.2	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.3	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.4	б	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.5	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.6	в	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.7	бваг	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.8	а-3 б-2 в-1	2 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.9	30	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
11.10	150000	3 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи

Таблица – Система оценивания тестовых заданий

Тип задания	Номера заданий	Указания по оцениванию	Результат оценивания, баллы
Задания закрытого типа с выбором одного ответа	1.1 – 1.6, 2.1 – 2.6, 3.1 – 3.6, 4.1 – 4.6, 5.1 – 5.6, 6.1 – 6.6, 7.1 – 7.6, 8.1 – 8.6, 9.1 – 9.6, 10.1 – 10.6, 11.1 – 11.6	Считается верным, если выбран необходимый вариант	1 балл – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
Задания закрытого типа на установление соответствия	2.8, 4.7, 5.7, 6.7, 6.8, 8.8, 9.8, 10.8, 11.8	Считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями из другого)	2 балла – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
Задания закрытого типа на установление последова-	1.7, 1.8, 2.7, 3.7, 3.8, 4.8, 5.8, 7.7, 7.8, 8.7, 9.7, 10.7, 11.7	Считается верным, если правильно установлена вся последо-	2 балла – полное соответствие, 0 баллов – остальные

Тип задания	Номера заданий	Указания по оцениванию	Результат оценивания, баллы
Задания открытого типа с вводом числа	1.9, 1.10, 2.9, 2.10, 4.10, 5.9, 5.10, 6.10, 8.9, 8.10, 9.10, 10.10, 11.9, 11.10	Считается верным, если ответ совпадает с эталонным	3 балла – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи
Задания открытого типа с вводом слова	3.9, 3.10, 4.9, 6.9, 7.9, 7.10, 9.9, 10.9	Считается верным, если ответ совпадает с эталонным	3 балла – полное соответствие, 0 баллов – остальные случаи

Перечень дополнительных материалов: калькулятор, ручка, лист бумаги.