КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ № 1.4 ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПО СТАНДАРТАМ ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ ПО КОМПЕТЕНЦИИ № R11 «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» (ДАЛЕЕ – ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН)

СОДЕРЖАНИЕ

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.4 по компетенции № R11 «Предпринимательство» 3

Задание для демонстрационного экзамена по комплекту оценочной документации № 1.4 по компетенции № R11 «Предпринимательство» 10

Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.4 по компетенции № R11 «Предпринимательство» 19

План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.4 по компетенции № R11 «Предпринимательство» 224

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.4 по компетенции R11 «Предпринимательство»

Комплект оценочной документации (КОД) № 1.4 разработан в целях организации и проведения Демонстрационного экзамена по компетенции R11 «Предпринимательство» и рассчитан на выполнение заданий продолжительностью 2,5 часа на участника (включая работу над модулями и презентации).

КОД № 1.4 может быть рекомендован для оценки освоения основных профессиональных образовательных программ и их частей, дополнительных профессиональных программ и программ профессионального обучения, а также на соответствие уровням квалификации согласно Таблице (Приложение).

---

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

Таблица 1.

Раздел		Важность (%)
1	**Бизнес-план**	**5**
	Специалист должен знать и понимать: ● роль и значение бизнес-плана; ● сущностные различия типов бизнес-планов (коммерчески – производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»); ● применение способов «генерации» и выбора бизнес-идеи; ● методы оценки реализуемости бизнес-идеи (включая затраты, риски и гарантии); ● коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней; ● важность выбора подходящего названия компании; ● как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи; ● важность соблюдения авторских прав, относительно ис-	

	пользования аудио, видео, графических и прочих материалов; ● доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план); ● способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности.	
	Специалист должен уметь: ● различать типы бизнес-планов (коммерческо – производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»); ● делать обоснованный выбор подходящего типа бизнес-плана; ● разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план предпринимательского проекта; ● развивать идеи до коммерческих предложений; ● оценивать риски, связанные с бизнесом; ● создавать и анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса; ● предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации); ● применять методы принятия оптимальных решений; ● принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; ● проводить анализ ближнего и внешнего окружения; ● обосновывать ценности и оценивать миссию проекта/бизнеса и цели; ● с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; ● представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.); ● получить независимую оценку/рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план); ● демонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности	
4	**Целевая аудитория**	**10**
	Специалист должен знать и понимать: ● важность определения целевой аудитории бизнеса;	

	● определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама; ● способы определения целевой аудитории; ● методы анализа целевых аудиторий; ● характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь; ● методы определения размера целевой аудитории; ● модели принятия решений в B2B продажах, особенности B2C продаж; суть B2G бизнеса; ● коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории.	
	Специалист должен уметь: ● оценить значение целевых аудиторий; ● распознавать различные целевые аудитории; ● анализировать целевые аудитории; ● определять целевые аудитории; ● применять методы принятия оптимальных решений, касающихся целевых аудиторий; ● описывать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг; ● принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям; ● оценивать размер целевой аудитории; ● анализировать точность описания целевых аудитория для различных товаров/услуг; ● эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью; ● обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий.	
6	**Маркетинговое планирование/Формула маркетинга**	**15**
	Специалист должен знать и понимать: ● различные маркетинговые стратегии; ● конкретные цели маркетинга; ● цели маркетингового планирования; ● тактики продвижения товаров/услуг на рынке; ● методы определения круга потенциальных покупателей; ● методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; ● выбор времени для маркетинговых мероприятий; ● стоимость целенаправленных маркетинговых мер; ● 4 «P» (продукт, место, цена, продвижение) (product,	

	place, price and promotion); ● взаимовлияние элементов 4 «Р»; ● потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса; ● влияние маркетинговых мероприятий на успех компании; ● важную роль рекламы; ● разнообразие рекламных стратегий; ● разнообразие рекламных средств, в частности, социальных сетей VK, FB и других; ● преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● стоимость отдельных рекламных мероприятий; ● стоимость привлечения новых и удержания постоянных клиентов; ● эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний; ● эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия; ● возможность аутсорсинга.	
	Специалист должен уметь: ● проводить исследование рынка, демонстрировать понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет; ● планировать и определять каналы и связи сбыта, демонстрировать стратегическое видение на высоком уровне и тактику передачи сообщений целевой аудитории (включает медиа-каналы, стратегию контента и время); ● разрабатывать и планировать маркетинговые программы; прочный маркетинговый план и контент – календарь является основным продуктом для любого организованного отдела маркетинга; ● создавать маркетинг вирусного контента; ● управлять маркетингом по влиянию, платить людям, знаменитостям и нишам влиять на продвижение вашего бренда, демонстрировать знание того, как координировать маркетинговую программу влияния; ● управлять проектами, эффективностью продаж (затраты на привлечение и удержание клиентов);	

	● управлять бюджетом и финансовыми потоками; ● проводить холодные звонки; ● SMO, e-mail – рассылки и сбор базы подписчиков; ● создавать контент (копирайтинг) – сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы; ● создавать медийную сеть (блоггеры, влиятельные лица, редакторы); наличие существующей сети блоггеров, влиятельных лиц или редакторов; ● разрабатывать технические задания для подрядчиков (дизайнеров/копирайтеров/программистов); ● создавать обратную связь с потребителями, предоставлять и получать отзывы; ● формировать отчетность по маркетинговым программам, анализировать KPI маркетинга по основным показателям; ● разрабатывать промо-акции; ● пояснять значение маркетинга для бизнеса; ● принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р» для маркетинговых мероприятий; ● оценивать разные средства рекламы; ● оценивать разные рекламные стратегии; ● рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; ● оценивать эффективность рекламных мероприятий; ● рассчитывать стоимость привлечения одного клиента; ● обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий.	
9	**Продвижение фирмы/проекта**	**5**
	Специалист должен знать и понимать: ● значимость официальной (законной) регистрации фирмы/компании; ● важность оперативного планирования бизнес-процесса; ● источники финансирования стартового этапа становления фирмы и последующих этапов развития бизнеса; ● основные правила подготовки деловых электронных презентаций. ●	
	Специалист должен уметь: ● адекватно оценивать финансовые и иные бизнес - риски, оперативно управлять ими;	

	● использовать современные финансовые продукты или услуги в ходе предпринимательской деятельности; ● готовить деловые электронные презентации; ● продвигать проект в различных ситуациях.	
	Всего	**35**

2. Форма участия: командная

3. Обобщенная оценочная ведомость.

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

Общее максимально возможное количество баллов задания по всем критериям оценки составляет 35.

Таблица 2.

№ п/п	**Критерий**	**Модуль, в котором используется критерий**	**Время на выполнения модуля**	**Проверяемые разделы WSSS**	**Баллы**		
					Судейская (если это применимо)	**Объективная**	**Общая**
1	A. Бизнес-план	A1. Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертной группе в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами в подготовительный день	1.Бизнес-план 9.Продвижение фирмы/проекта	3	7	**10**
3	C. Целевая группа	C1. Целевая группа	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	4.Целевая группа	5	5	**10**
4	E. Маркетинговое планиро-	E1. Маркетинговое планирова-	1 час +5 минут на презентацию +	6.Маркетинговое планирование/Формула марке-	3	7	**10**

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
	вание	ние	2 минуты на вопросы на каждую команду	тинга			
5	Специальный этап	Е2. Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	2	3	**5**
Итого =					**13**	**22**	**35**

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

4.1. Минимальное количество экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство - 3 человека. Дополнительное количество экспертов: главный эксперт, технический эксперт.

4.2. Минимальное количество рабочих мест составляет 5.

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

Таблица 3.

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

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

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

Таблица

Таблица соответствия
знаний, умений и практических навыков, оцениваемых в рамках демонстрационного экзамена по компетенции R11 Предпринимательство по КОД № 1.4 профессиональным компетенциям, основным видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и уровням квалификаций в соответствии с профессиональными стандартами

Уровень аттестации (промежуточная/ ГИА)	Код и наименование ФГОС СПО	Основные виды деятельности ФГОС СПО (ПМ)	Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС СПО	Наименование профессионального стандарта (ПС)	Наименование и уровень квалификаций ПС	WSSS/модули/критерии оценки по КОД (по решению разработчика)
Комплект оценочной документации №1.4, продолжительность 4 часа, максимально возможный балл – 35 б.						
промежуточная	40.02.01. Право и организация социального обеспечения	4.3.1. Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты.	ПК 1.1. Осуществлять профессиональное толкование нормативных правовых актов для реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты.			Разделы WSSS: Бизнес-план Целевая группа Маркетинговое планирование/Формула маркетинга;
промежуточная	42.02.02 Издательское дело	4.3.3. Управление и организация деятельности производственного подразделения.	ПК 3.1. Планировать работу производственного подразделения. ПК 3.2. Рассчитывать основные технико-экономические показатели редакционно-издательского процесса. ПК 3.3. Выбирать оптимальный вариант технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции.			Разделы WSSS: Бизнес-план Целевая группа Маркетинговое планирование/Формула маркетинга; Продвижение фирмы/проекта.

			ПК 3.4. Оформлять издательские договоры. ПК 3.5. Проводить рекламные мероприятия по продвижению издательской продукции. ПК 3.6. Принимать участие в разработке бизнес-плана издательского проекта.			
промежуточная	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании	4.3.3. Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания. 4.3.4. Контроль качества продукции и услуг общественного питания.	ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания. ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт. ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией. ПК 4.1. Контролировать соблюдение требований нормативных документов и правильность проведения измерений при отпуске продукции и оказании услуг. ПК 4.2. Проводить производственный контроль продукции в организациях общественного питания. ПК 4.3. Проводить контроль качества услуг общественного питания.			Разделы WSSS: Бизнес-план Целевая группа Маркетинговое планирование/Формула маркетинга; Продвижение фирмы/проекта.

Задание для демонстрационного экзамена
по комплекту оценочной документации № 1.4
по компетенции R11 Предпринимательство

Задание включает в себя следующие разделы:

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

Продолжительность выполнения задания: 2,5 ч. на одного участника (включая подготовку к модулям и презентацию)

1. ФОРМА УЧАСТИЯ

командная

2. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в Таблице 1.

Таблица 1.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	A. Бизнес-план	A1. Бизнес-план	Готовится заранее и предоставляется экспертной группе в подготовительный день. Заочно оценивается экспертами в подготовительный день	1.Бизнес-план 9.Продвижение фирмы/проекта	3	7	**10**
3	C. Целевая группа	C1. Целевая группа	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	4.Целевая группа	5	5	**10**
4	E. Маркетинговое планирование	E1. Маркетинговое планирование	1 час +5 минут на презентацию + 2 минуты на вопросы на каждую команду	6.Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	3	7	**10**

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнения модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
5	Специальный этап	Е2. Специальный этап	30 минут (выполняется письменно)	6.Маркетинговое планирование/ Формула маркетинга	2	3	**5**
Итого =					**13**	**22**	**35**

Модули с описанием работ

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

На протяжении ДЭ, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что участники работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте

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

1.1. Сроки предоставления материалов

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

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

1. Бизнес – план в формате Word;
2. Приложения:

- Видео-ролик в формате mp4/avi/mov, продолжительностью не более 90 секунд.
- Информационно – рекламный плакат в формате jpeg.

Бумажную копию бизнес-плана участники должны представить до начала ДЭ (не позднее 09.00 часов в подготовительный день).

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться в подготовительный день экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 10% общей оценки команды.

1.2. Требования к формату бизнес-плана

Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 х 29,7 см (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант БП должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку перед титульным листом и твердую непрозрачную обложку в конце. Все представленные материалы являются частью бизнес-плана. Текст печатается на одной стороне листа, используется сквозная нумерация страниц. Номер страницы проставляется внизу листа справа. На титульном листе должно быть указано название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и дата представления (дата подготовительного дня).

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

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

1.3. Проверка авторства текста бизнес-плана

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы https://www.antiplagiat.ru/ или аналогичной (уточняется на

форуме и в Методическом письме). Допустимый процент оригинальности с правильным оформлением цитирования должен составлять не менее 75%.

1.4. Требования к оформлению текста бизнес-плана

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

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

Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если размер таблицы превышает одну страницу, то таблицу следует размещать в Приложении. Каждая таблица должна иметь заголовок, точно и кратко отражающий ее содержание.

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

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

1.5. Требования к структуре бизнес-плана

Первая страница – Титульный лист.

Вторая страница – Содержание.

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

Бизнес-план должен содержать следующие разделы:

1.Резюме бизнес-идеи

2.Описание компании

3.Целевой рынок

4.Планирование рабочего процесса

5.Маркетинговый план

6.Устойчивое развитие

7. Технико-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

1.6. Требования к оформлению финансовых расчетов

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

Динамику показывать наглядно – схемы, графики, диаграммы.

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

Формат расчетов Excel (на период не менее 2-х лет). Финансовые расчеты могут предоставляться в виде отдельного файла в формате Excel.

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

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

1.7. Требования к оформлению информационно – рекламного плаката.

Информационно – рекламный плакат должен отвечать следующим требованиям:

1. Формат А3;

2. Полноцвет (3 и более цветов);

3. Назначение – реклама.

4. Формат файла .jpeg

5. Размер не более 150 Мб.

1.8. Требования к формату и содержанию видеоролика

Формат и требования к видеоролику:

Продолжительность ролика не более 90 секунд.

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

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

3. Размер ролика не должен превышать 150 Мб.

4. Формат ролика только в формате mp4/avi/mov.

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

Участники должны обосновать важность определения целевых групп, описать и применить широко известные методики сегментирования целевой аудитории, определить и детально описать целевые группы для собственного бизнеса (несколько качественных характеристик), на которые будет нацелен продукт/услуга компании, а также определенную сферу бизнеса, к которой относится выбранная целевая аудитория.

Участники должны, с использованием официальных статистических данных и коммуникационных приемов, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой аудитории, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении; с помощью одной из известных методик сегментирования, определить и описать целевые группы, а также обосновать и определить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой аудитории, которую планирует занять компания в процессе своей деятельности.

Кроме этого, должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации, которая должна включать слайды с текстом и графической информацией, и проводится с использованием различных инструментов визуализии.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю С1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

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

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

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

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

В соответствии со стратегией участникам необходимо выбрать и обосновать рекламную модель, а также определить и обосновать основные рекламные мероприятия и уметь рассчитывать их стоимость и анализировать эффективность их применения с помощью разнообразных методов оценки, корректно определять маркетинговый бюджет.

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

При маркетинговом планировании необходимо опираться на результаты маркетинговых исследований.

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю Е1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

Специальный этап - 5% от общей оценки

Специальный этап включен в модуль Е1, служит для целей вариативности КОД, носит «спонтанный» характер и требуют оперативного реагирования участников.

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

3. НЕОБХОДИМЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Отсутствуют.

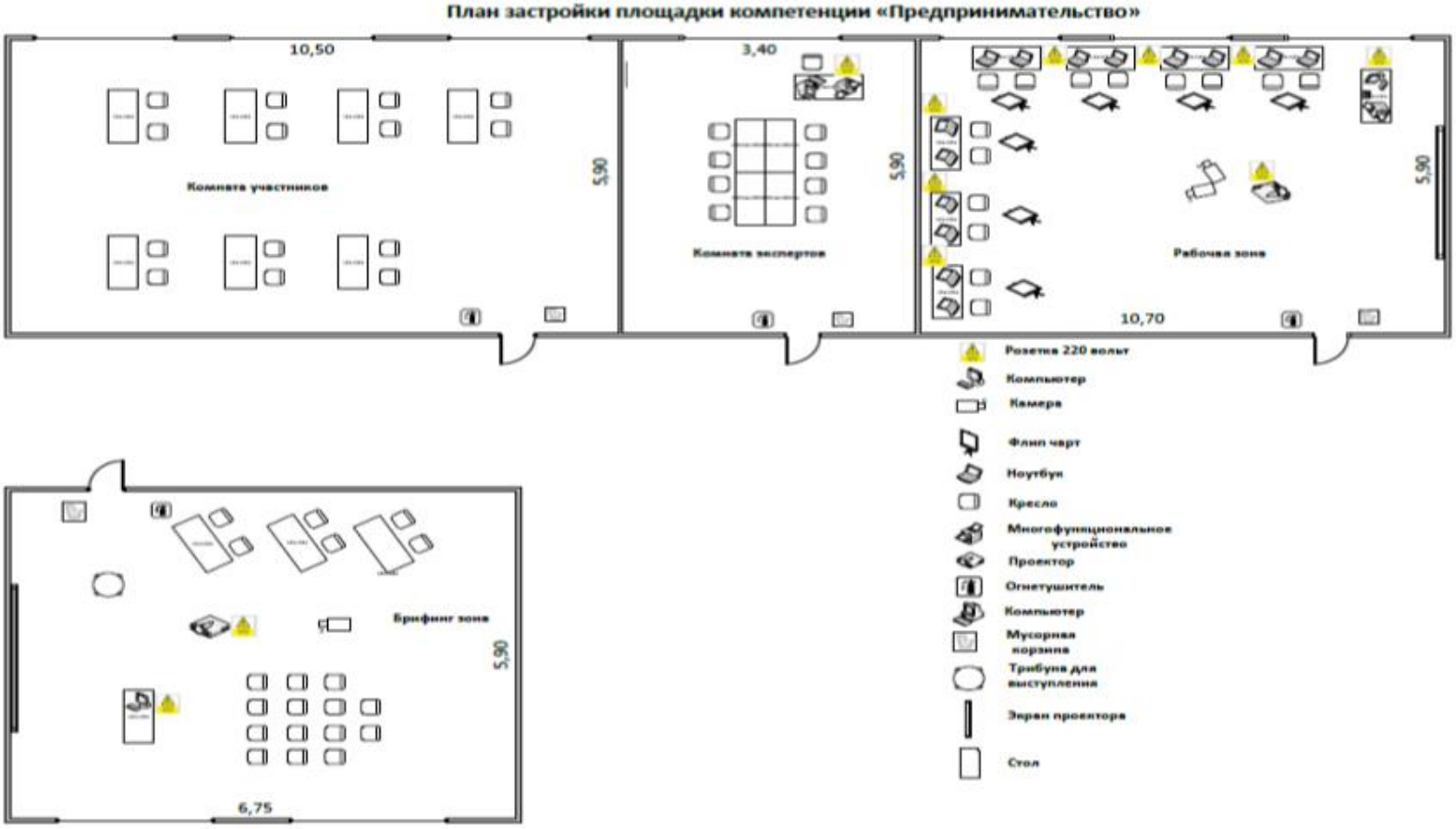
Примерный план
работы Центра проведения демонстрационного экзамена
по КОД № 1.4 по компетенции R11 Предпринимательство

	Примерное время	Мероприятие
Подготовительный день	08:00 – 08.05	Получение главным экспертом задания демонстрационного экзамена
	08:05 – 08:20	Проверка готовности проведения демонстрационного экзамена, заполнение Акта о готовности/не готовности
	08:20 – 08:30	Распределение обязанностей по проведению экзамена между членами Экспертной группы, заполнение Протокола о распределении
	08:30 – 08:40	Инструктаж Экспертной группы по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	08:40 – 09:00	Регистрация участников демонстрационного экзамена
	09:00 – 09:30	Инструктаж участников по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	09:30 – 11:00	Распределение рабочих мест (жеребьевка) и ознакомление участников с рабочими местами, оборудованием, графиком работы, иной документацией и заполнение Протокола
	11.00 – 15.00	Проверка и заочное оценивание бизнес-планов
День 1	8.30 - 9.00	Прибытие участников и экспертов на площадку, регистрация, инструктаж по ОТ и ТБ
	9.00-9.05	Выдача задания по модулю С1
	9.05-9.10	Перемещение в рабочую зону
	9.10-10.10	Выполнение задания по модулю С1 (эксперты: обсуждение и оценивание БП)
	10.10-10.15	Перемещение в брифинг-зону
	10.15-11.25	Презентация наработок по модулю С1 (5 мин. + 2 мин)х10
	11.25–12.00	Обед
	12.00-12.10	Выдача задания по модулю Е1
	12.10-12.20	Перемещение в рабочую зону
	12.20-13.20	Выполнение задания по модулю Е1

	13.20-13.30	Перемещение в брифинг-зону
	13.30-14.30	Презентация наработок по модулю E1 (5 мин. + 2 мин)x10
	14.30-14.40	Выдача задания по модулю E2
	14.40-14.50	Перемещение в рабочую зону
	14.50-15.20	Выполнение задания по модулю E2 (письменно)
	15.20-16.00	Проверка модуля E2
	16.00-17.00	Подведение итогов дня, внесение результатов в CIS, подписание протоколов, закрытие ДЭ

План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.4 по компетенции № R11 «Предпринимательство»

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



ПРИЛОЖЕНИЕ

Инфраструктурный лист для КОД № 1.4.