

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ КУРСА
ЭК.01 ИНТЕРНЕТ – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

Базовая подготовка

Форма обучения: очная, заочная

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии
«Общеобразовательных, правовых
и коммерческих дисциплин»
Протокол №1 от «30» апреля 2021 г.
Председатель п/к Л.Ф. Магомедова

Ставрополь, 2021

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и рабочей программы курса ЭК.01 Интернет - предпринимательство по специальности 40.02.01 Право и организация социального обеспечения.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Ставропольский кооперативный техникум»

Разработчик (и):

Дуракова А.С., преподаватель ЧПОУ «Кооперативный техникум».

Фонд оценочных средств по рабочей программе курса ЭК.01 Интернет - предпринимательство рекомендован Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Протокол № 5 от 1 июня 2021 года

Фонд оценочных средств по рабочей программе курса ЭК.01 Интернет - предпринимательство рекомендован Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Последние изменения Протокол № 1 от 30 августа 2021 года

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств по рабочей программе курса
 - 1.1. Область применения.
 - 1.1.1. Освоенные умения и освоенные знания
 - 1.2. Система контроля и оценки освоения рабочей программы курса
 - 1.2.1. Организация контроля и оценки освоения рабочей программы курса
2. Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний.
3. Комплект контрольно – оценочных средств для промежуточной аттестации освоенных умений и усвоенных знаний по курсу
 - 3.1. Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по курсу
 - 3.2. Задания для промежуточной аттестации по курсу

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Область применения

Фонд оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения курса ЭК.01 **Интернет - предпринимательство** программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 40.02.01 Право и организация социального обеспечения.

Занятия на курсе ЭК.01 Интернет - предпринимательство обеспечивают обучающимся достижение личностных, метапредметных и предметных результатов.

Личностными результатами освоения обучающимися программы являются:

ЛР 1 - проявление познавательных интересов и активности в данной области деятельности;

ЛР 2 - развитие трудолюбия и ответственности за качество своей деятельности;

ЛР 3 - самооценка своих способностей;

ЛР 4 - бережное отношение к ресурсам.

Метапредметными результатами освоения обучающимися программы являются:

МПР 1 - *регулятивные* - самостоятельная организация и выполнение различных творческих работ, преобразование практической задачи в познавательную;

МПР 2 - *коммуникативные* - умение работать в группе при выполнении задания, умение вести сотрудничество с преподавателем, оценивание своей познавательно-трудовой деятельности с точки зрения нравственных, деловых ценностей по принятым в обществе и коллективе требованиям;

МПР 3 - *познавательные* – объяснять понятие предпринимательская деятельность в сети Интернет, характеризовать основные цели предпринимательской деятельности, виды предпринимательской деятельности и критерии их разделения.

Предметными результатами освоения обучающимися программы являются:

ПР 1 - рациональное использование учебной и дополнительной информации для проектирования и создания объектов труда.

ПР 2 - подбор и применение информации, знаний и оборудования при выполнении самостоятельной работы;

ПР 3 - контроль промежуточных и конечных результатов труда по установленным критериям и показателям;

ПР 4 - выявление допущенных ошибок в процессе труда и обоснование способов их исправления.

ПР 5 - оценивание своей способности и готовности к труду в конкретной предметной деятельности;

ПР 6 - согласование своих потребностей и требований с потребностями и требованиями других участников познавательно-трудовой деятельности;

ПР 7 - осознание ответственности за качество результатов труда;

ПР 8 - стремление к экономии и бережливости в расходовании времени, материалов, денежных средств и труда.

ПР 9 - дизайнерское проектирование продукта;

ПР 10 - разработка варианта рекламы выполненного продукта.

ПР 11 - формирование рабочей группы для выполнения проекта с учетом общности интересов и возможностей будущих членов трудового коллектива;

ПР 12 - оформление коммуникационной и технологической документации с учетом требований действующих нормативов и стандартов;

ПР 13 - публичная презентация и защита проекта изделия, продукта труда;

ПР 14 - разработка вариантов рекламных образов, слоганов.

ПР 15 - сочетание образного и логического мышления в процессе проектной деятельности.

Кроме того, в ходе изучения элективного курса ЭК.01 Интернет - предпринимательство у обучающихся должны формироваться общие компетенции, включающие в себя способности:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 9. Ориентироваться в условиях постоянного изменения правовой базы.

ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы и правила поведения.

ОК 12. Проявлять нетерпимость к коррупционному поведению.

Реализация воспитательного содержания рабочей программы курса достигается посредством решения воспитательных задач в ходе каждого занятия в единстве с задачами обучения и развития личности студента; целенаправленного отбора содержания учебного материала, использования современных образовательных технологий.

Воспитательный потенциал курса направлен на достижение следующих личностных результатов, составляющих портрет выпускника СПО, определенного рабочей Программой воспитания:

ЛР 1 - Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 - Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 - Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 - Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 - Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 - Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 - Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 - Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к

сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 - Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 - Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 - Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

1.1 Фонд оценочных средств позволяет оценивать:

1.1.1 Освоенные личностные, метапредметные и предметные результаты обучения:

Предметные результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПР 1 - рациональное использование учебной и дополнительной информации для проектирования и создания объектов труда.	– наблюдение за навыками работы в глобальных, корпоративных и локальных информационных сетях – устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль – защита практических работ – участие студентов в ходе обсуждения и решения проблемы, постановке гипотез – подготовка и защита рефератов, докладов, мультимедийных презентаций, бизнес - проектов
ПР 2 - подбор и применение информации, знаний и оборудования при выполнении самостоятельной работы;	– участие студентов в ходе обсуждения и решения проблемы, постановке гипотез – подготовка и защита рефератов, докладов, мультимедийных презентаций, бизнес - проектов – устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – участие в различных выставках, конкурсах, конференциях, проектах, олимпиадах
ПР 3 - контроль промежуточных и конечных результатов труда по установленным критериям и показателям;	– устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 4 - выявление допущенных ошибок в процессе труда и обоснование способов их исправления.	– устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ

	– защита бизнес - проектов
ПР 5 - оценивание своей способности и готовности к труду в конкретной предметной деятельности;	– устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 6 - согласование своих потребностей и требований с потребностями и требованиями других участников познавательной-трудовой деятельности;	– устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 7 - осознание ответственности за качество результатов труда;	– устный фронтальный опрос – индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 8 - стремление к экономии и бережливости в расходовании времени, материалов, денежных средств и труда.	– индивидуальный устный и письменный контроль. – защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 9 - дизайнерское проектирование продукта;	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 10 - разработка варианта рекламы выполненного продукта.	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 11 - формирование рабочей группы для выполнения проекта с учетом общности интересов и возможностей будущих членов трудового коллектива;	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 12 - оформление коммуникационной и технологической документации с учетом требований действующих нормативов и стандартов;	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 13 - публичная презентация и защита проекта изделия, продукта труда;	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 14 - разработка вариантов рекламных образов, слоганов.	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
ПР 15 - сочетание образного и логического мышления в процессе проектной деятельности.	– защита практических работ – защита бизнес - проектов
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

В ходе оценивания учитываются в том числе и личностные результаты (см. раздел 2 Программы воспитания).

1.2 Система контроля и оценки освоения рабочей программы курса:

В соответствии с локальными актами и учебным планом изучение курса ЭК.01 Интернет - предпринимательство завершается во втором семестре в форме дифференцированного зачета, а текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий, устного и письменного опроса, тестирования, а также выполнения обучающимися

практических занятий, самостоятельной работы, включая индивидуальные задания, проекты (исследования).

1.2.1. Организация контроля и оценки освоения рабочей программы курса

Промежуточная аттестация освоенных умений и усвоенных знаний по курсу ЭК.01 Интернет - предпринимательство осуществляется на дифференцированном зачете. Условием допуска к дифференцированному зачету является положительная текущая аттестация по практическим работам курса, ключевым теоретическим вопросам курса. Дифференцированный зачет проводится по разработанным заданиям для промежуточной аттестации. К критериям оценки уровня подготовки обучающегося относятся:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного рабочей программой по курсу;
- умения обучающимся использовать теоретические знания при выполнении практических заданий;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

Дополнительным критерием оценки уровня подготовки обучающегося может являться результат научно-исследовательской, проектной деятельности.

При проведении дифференцированного зачета по курсу ЭК.01 Интернет - предпринимательство, уровень подготовки обучающихся оценивается в баллах: «5» («отлично»), «4» («хорошо»), «3» («удовлетворительно»), «2» («неудовлетворительно»).

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала и дополнительной литературы, а также творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании материала.

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся, проявившему полное знание программного материала, освоившему основную рекомендательную литературу, показавшему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

Оценка «удовлетворительно» ставится обучающемуся, проявившему знания основного программного материала в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на зачете, но обладающему необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся, обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний.

2.2 Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний

Тест «Мои знания по курсу ЭК.01 Интернет – предпринимательство»

1.Предпринимательская деятельность — это:

- а) совершение ответчиком незаконных действий, следствием которых явилось ограничение истца в правомочиях собственника — пользования и распоряжения;
- б) совокупность прав и обязанностей, позволяющих заниматься предпринимательской деятельностью;
- в) инициативная деятельность граждан и организаций, направленная на систематическое получение прибыли и основанная на их самостоятельности, ответственности и риске;
- г) объединение физических лиц, основанное на их имущественном или трудовом участии, которое может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

2. По сферам экономики предпринимательство делится:

- а) предпринимательство в сфере производства;
- б) предпринимательство в сфере обслуживания;
- в) предпринимательство в сфере услуг;
- г) нет правильного ответа.

3. Гражданская правоспособность – это _____.

4. Дееспособность гражданина возникает в полном объеме:

- а) с 14 лет;
- б) с 18 лет;
- в) по общему правилу с 18 лет;
- г) с 18 лет или ранее, в случае наличия заработка или стипендии.

5. Эмансипация, т.е. признание гражданина полностью дееспособным, возможна:

- а) с 16 лет;
- б) с 16 лет, если вступил в брак;
- в) с 16 лет, если заключил трудовой договор;
- г) ни одно из утверждений неверно.

6. Юридическое лицо действующим законодательством определено как:

- а) организация, осуществляющая предпринимательскую деятельность и отвечающая по всем своим обязательствам, принадлежащим ей на праве собственности имуществом, которая может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде;
- б) организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде;
- в) объединение физических лиц, основанное на их имущественном или трудовом участии, которое может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

7. В чем отличие коммерческой организации от некоммерческой организации _____.

8. Коммерческие юридические лица могут быть разделены на:

- а) хозяйственные товарищества;
- б) хозяйственные общества;
- в) религиозные организации;
- г) ассоциации и союзы;
- д) производственный кооператив.

9. Какие источники идей выделяют в предпринимательстве?

- а) проблемы;
- б) модификация существующих продуктов;
- в) все варианты верны;

10. Какие существуют виды вариантов модификации существующих продуктов?

- а) усовершенствование продукта;
- б) расширение функций;
- в) специализация
- г) все варианты верны;

11. Как называется методика поиска идей по изменению продукта, предложенная американскими бизнесменами Бобом Эберле и Алексом Осборном?

- а) PER;
- б) SCAMPER;
- в) тренд;
- г) нет правильного ответа;

12. Что показывает пирамида организационного развития Эрика Фламгольца:

- а) что в основу бизнеса заложены его концепция, ключевая стратегия и корпоративная цель;
- б) сколько человек требуется для запуска стартапа;
- в) что бизнес строится на знании рынка, продукте и управлении ресурсами
- г) нет правильного ответа;

13. Кто состоит в стандартной команде стартапа из 5 человек?

- а) автор продукта, продюсер бизнеса, операционный директор, таркетолог, маркетолог;
- б) продюсер бизнеса, исполнительный директор, директор по маркетингу, специалист по сайтам, таркетолог;
- в) автор продукта, продюсер бизнеса, операционный или исполнительный директор, директор по маркетингу, финансовый директор;
- г) нет правильного ответа;

14. Из каких этапов развития команды состоит модель Такмэна:

- а) формирование;
- б) шторм;
- в) выработка норм;
- г) работа;
- д) мотивирование команды;
- е) реформирование или распад;

15. Сегмент — это?

- а) группа потребителей со сходными потребностями, стремящихся удовлетворить эти потребности сходным способом.
- б) часть листовой пластинки рассечённого листа

- в) деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли
- г) это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

16. Кто относится к сегменту ранние последователи?

- а) для них важен качественный продукт по доступной цене и с надёжным сервисом
- б) представители этой группы ориентируются преимущественно на стандарты и высокое качество обслуживания, поэтому к сырым, недоработанным продуктам относятся с недоверием.
- в) они интересуются новыми технологиями и легко их осваивают.
- г) они практически полностью состоят из лидеров мнений.

17. Кто относится к сегменту консерваторы?

- а) для них важен качественный продукт по доступной цене и с надёжным сервисом
- б) представители этой группы ориентируются преимущественно на стандарты и высокое качество обслуживания, поэтому к сырым, недоработанным продуктам относятся с недоверием.
- в) они интересуются новыми технологиями и легко их осваивают.
- г) они практически полностью состоят из лидеров мнений.
- д) эти люди не любят инновации и могут так никогда и не купить ваш продукт

18. Кто относится к сегменту позднее большинство?

- а) для них важен качественный продукт по доступной цене и с надёжным сервисом
- б) представители этой группы ориентируются преимущественно на стандарты и высокое качество обслуживания, поэтому к сырым, недоработанным продуктам относятся с недоверием.
- в) они интересуются новыми технологиями и легко их осваивают.
- г) они практически полностью состоят из лидеров мнений.
- д) эти люди не любят инновации и могут так никогда и не купить ваш продукт

19. Портрет потребителя – это?

- а) это непосредственный контакт с потенциальными клиентами
- б) эмоциональный образ, на который работает команда.
- в) это собирательный образ вашего потенциального клиента, основанный на определенных социально-демографических и психологических характеристиках: его возраст, пол, семейное положение, место жительства, сфера деятельности, должность, уровень дохода, социальный статус и т. д.

20. Клиентский сегмент — это

- а) процесс постоянного улучшения взаимоотношений с клиентом.
- б) представители этой группы ориентируются преимущественно на стандарты и высокое качество обслуживания, поэтому к сырым, недоработанным продуктам относятся с недоверием.
- в) группа пользователей, объединённых общей проблемой или болью, для которой у вас сформулировано уникальное ценностное предложение.

21. Ценностное предложение — это

- а) та база, на которой строится создание нового продукта: оно показывает, что вы привносите, зачем вы нужны потребителю, какую проблему решаете и за что вам платить деньги;

- б) концепция развития организации для удовлетворения интересов и потребностей клиента;
- в) деятельность по планированию и организации всех компонентов предоставления сервиса с целью повысить его качество и улучшить взаимодействие между поставщиком сервиса и его клиентами;

22. Назовите самые распространённые ошибки лендинга:

- а) использование одной посадочной страницы для всего
- б) отсутствие технического тестирования
- в) строгое следование дизайну сайта
- г) сложная визуальная структура
- д) длинные избыточные тексты
- е) все варианты верны

23. Конкурентное преимущество – это

- а) свойства и характеристики компаний (или людей), позволяющие им наиболее успешно действовать в рамках конкурентной борьбы;
- б) соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;
- в) экономически или технологически не обоснованные сокращения или прекращение производства товара, если на товар имелся спрос;

24. Карта позиционирования – это:

- а) выбор этой стратегии — для компаний специализирующихся в одном сегменте рынка, стремящихся достичь в нём совершенства и лидерства;
- б) это стратегия маркетинга, направленная на то, чтобы компания выделялась среди конкурентов и чтобы бренд воспринимался потребителями, как превосходный, заслуживающий доверия;
- в) инструмент визуального представления позиционирования конкурентов, области высокой конкуренции и свободной рыночной ниши;

25. TAM (Total Adressable Market)- это:

- а) объём целевого рынка
- б) объём достижимого сегмента, в который входят аналогичные продукты и решения ваших конкурентов;
- в) объём обслуживаемого рынка

26. SOM (Serviceable and Obtainable Market)- это:

- а) объём обслуживаемого рынка
- б) объём достижимого сегмента, в который входят аналогичные продукты и решения ваших конкурентов;
- в) объём целевого рынка

27. SAM (Served Available Market)- это:

- а) объём обслуживаемого рынка
- б) объём достижимого сегмента, в который входят аналогичные продукты и решения ваших конкурентов;
- в) объём целевого рынка

28. Матрица приоритетов Эйзенхауэра -

- а) аналитический инструмент стратегического менеджмента, предназначенный для определения стратегии позиционирования товара на рынке
- б) тест, предназначенный для дифференцировки испытуемых по уровню их интеллектуального развития
- в) это специальная таблица для записи задач, состоящая из 4 полей (или «квадрантов»), которые позволяют однозначно распределить задачи по приоритету

29. Диаграмма Ганта- это

- а) диаграмма анализа корневых причин — один из основных инструментов измерения, оценивания, контроля и улучшения качества производственных процессов;
- б) популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту;
- в) это столбчатая диаграмма, на которой интервалы (столбики) упорядочены по нисходящей линии;

30. Чистый денежный поток —это

- а) разности между выручкой от реализации активов и расходами на инвестиции в активы
- б) разница между доходами и расходами в периоде
- в) разность между полученными и погашенными кредитами

КЛЮЧ К ТЕСТУ

1. В
2. А, В
3. Гражданская правоспособность – это способность иметь гражданские права и нести обязанности
4. В
5. Б, В
6. Б
7. Коммерческие организации имеют цель получение прибыли, а некоммерческие не ставят цель получить прибыль.
8. А,Б,Д
9. В
- 10.Г
- 11.Б
- 12.А
- 13.В
- 14.А,Б,В,Г,Е
- 15.А
- 16.Г
- 17.Д
- 18.А
- 19.Б, В
20. В
- 21.А
- 22.Е
- 23.А
24. В
25. А
26. А
27. Б
28. В
- 29.Б
- 30.Б

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
« СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
по учебно-воспитательной работе
_____ Н.А. Авакова
«__» _____ 20__ г

**3. Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
по курсу ЭК.01 Интернет - предпринимательство**

Специальность: 40.02.01 Право и организация социального обеспечения

Форма аттестации - дифференцированный зачет

Рассмотрено на заседании
цикловой комиссии
«Общеобразовательных, правовых и
коммерческих дисциплин»
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.
Председатель цикловой комиссии
_____ Л.Ф. Магомедова

3.1. Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по курсу ЭК.01 Интернет - предпринимательство

Перечень вопросов для подготовки к дифференцированному зачету

1. Понятие предпринимательства.
2. История предпринимательства.
3. Виды технологического бизнеса. Электронная торговля
4. Идея. Стартап.
5. Выбор идеи и описание концепции.
6. Формирование команды стартапа
7. Мотивация команды стартапа
8. Целевая аудитория
9. Портрет потребителя
10. Клиентское развитие и проблемное интервью
11. Клиентское развитие и решенческое интервью
12. Ценностное предложение
13. Лендинг (посадочная страница)
14. Модели монетизации
15. Конкуренция
16. Конкурентное преимущество
17. Сегментация
18. Оценка размера рынка
19. Минимальная жизнеспособная версия продукта (MVP)
20. Цели и приоритеты. Планирование и контроль
21. Понятие расходов.
22. Классификация расходов
23. Финансовый план.
24. Стартовый капитал и точка безубыточности
25. Маркетинговые коммуникации
26. Ключевое сообщение и каналы коммуникации
27. Принципы и методы влияния на потребителя
28. Психология цвета в маркетинге и рекламе
29. Выбор формы регистрации предприятия.
30. Юридические риски и способы их преодоления
31. Интеллектуальная собственность и ее защита.
32. Инновации.
33. Венчурные сделки
34. Имущественные активы предпринимателей.
35. Неимущественные активы предпринимателей.
36. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
37. Государственная поддержка предпринимательской деятельности.
38. Налогообложение предпринимателей
39. Презентация для инвестора
40. Венчурные инвестиции

Темы практических занятий для подготовки к дифференцированному зачету

Практическое занятие № 1 «Идея»

Придумайте три идеи для бизнеса по шаблону. Я делаю проект (название проекта), который создаёт (определение предложения клиентам). Проект помогает (описание аудитории) решать (описание проблемы) при помощи (описание технологии). Сформулируйте и представьте эти идеи. Попробуйте усовершенствовать или изменить что-то простое и хорошо знакомое, к примеру стул или карандаш. Что здесь можно заменить, добавить или убрать?

Практическое занятие № 2 «Выбор идеи и описание концепции стартапа, команда стартапа»

Выберите из придуманных вами бизнес-идей одну, на основе которой вы будете делать продукт. Опишите концепцию продукта.

Заполните таблицу «Знакомство с командой» и матрицу «Функционал — сотрудники».

Практическое занятие № 3 «Целевая аудитория»

Опишите целевую аудиторию вашего продукта: кто будет покупать и потреблять ваш продукт? Выделите целевую аудиторию своего продукта и опишите её с помощью модели 5-W. Составьте портрет потребителя. Выберите один из сегментов вашей аудитории.

Практическое занятие № 4 «Портрет потребителя»

Составьте портрет потребителя из определенного сегмента. Проведите интервью с представителями целевой аудитории. Для этого разработайте анкету.

Практическое занятие № 5 «Клиентское развитие»

Сформулируйте гипотезу, относящуюся к вашим клиентским сегментам и вашему продукту. Подготовьте шаблон интервью и проведите интервью с 10 клиентами.

Проанализируйте полученную информацию и напишите, какие гипотезы были подтверждены, а какие опровергнуты, какие выводы для проекта вы сделали.

Практическое занятие № 6 «Проблемное интервью»

Сформулируйте три гипотезы, относящиеся к вашей целевой аудитории. Подготовьте шаблон интервью и проведите интервью с 50 клиентами. Проанализируйте полученную информацию и напишите, какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие выводы для проекта вы сделали.

Практическое занятие № 7 «Клиентское развитие и решенческое интервью»

Определите задачи вашего потребителя, его боли и выгоды. Опишите, чем полезен ваш продукт для потребителя: какие боли он снимает, какие выгоды приносит, какую работу помогает выполнять.

Практическое занятие № 8 «Ценностное предложение»

Сформулируйте ценностное предложение своего продукта и протестируйте его на пяти представителях целевой аудитории, поговорив с ними. Выясните, действительно ли задачи, потребности и боли потребителей соответствуют вашим представлениям о них и вашему ценностному предложению. Проанализируйте эту информацию и скорректируйте формулировку ценностного предложения, а затем представьте обновлённый вариант.

Практическое занятие № 9 «Лендинг»

Нарисуйте макет, как будет выглядеть лендинг для вашего проекта. Сделайте лендинг для вашего продукта, используя в том числе сервисы для создания прототипов, лендингов, мокапов (файл, в котором собственный дизайн размещается на реальных предметах) и т. д., вот некоторые из них: lpmotor.ru; axure.com; balsamiq.com; justinmind.com; ninjamock.com; lpgenerator.ru; bubble.is

Практическое занятие № 10 «Модели монетизации»

Выберите основную модель монетизации. Выберите запасную модель монетизации. Протестируйте выбранные модели монетизации, проведя 10 интервью с потенциальными потребителями или 10 тестов спроса (продаж).

Практическое занятие № 11 «Конкуренция»

Составьте список прямых конкурентов и товаров-заменителей. Заполните таблицу по конкурентам

Практическое занятие № 12 «Конкурентное преимущество»

Составьте карту позиционирования. Сформулируйте своё конкурентное преимущество.

Практическое занятие № 13 «Сегментация и оценка размера рынка»

Найдите на основе вашего конкурентного преимущества наиболее выгодное позиционирование.

Рассчитайте рынок своего продукта, используя три варианта расчёта.

Практическое занятие № 14 «Минимальная жизнеспособная версия продукта»

Создайте MVP своего продукта.

Протестируйте её на 10 представителях целевой аудитории.

Создайте доработанную версию продукта.

Практическое занятие № 15 «Цели и приоритеты. Планирование и контроль»

Начните с формулировки цели: к какому числу, в каком виде вы сделаете и как представите MVP?

Напишите список дел (действий), которые нужно выполнить для того, чтобы сделать MVP.

Расставьте приоритеты: что из этих дел надо сделать в первую очередь?

Проставьте время, которое вам понадобится для выполнения этих дел.

Если вы работаете в команде, распределите, кто что делает.

Практическое занятие № 16 «Расходы. Классификация расходов»

Составьте список расходов вашего проекта.

Оцените доходы вашего проекта.

Составьте финансовый план по месяцам на ближайший год.

Практическое занятие № 17 «Финансовый план. Стартовый капитал и точка безубыточности»

Рассчитайте стартовый капитал для вашего проекта.

Рассчитайте точку безубыточности для вашего проекта.

Практическое занятие № 18 «Маркетинговые коммуникации»

Изучите открытые источники в контексте своей категории и нарисуйте путь вашего потенциального потребителя. Определите количественные показатели и значения

конверсий. Где вы видите основные проблемы вашей воронки продаж на данном этапе? Сформулируйте ваши маркетинговые задачи. Определите наиболее приоритетные — те, которые нужно решать в первую очередь.

Практическое занятие № 19 «Ключевое сообщение и каналы коммуникации»

Определите кто ваша коммуникационная целевая аудитория? Совпадает ли она с потребителями? Сформулируйте соответствующие вашим ключевым маркетинговым задачам коммуникационные задачи. Выделите ключевые показатели эффективности, подумайте, как вы будете измерять результат.

Практическое занятие № 20 «Юридические аспекты предпринимательства»

Составьте пошаговый сценарий регистрации своей компании в группе.

Расскажите, при каких условиях вы бы вышли из стартапа.

Подготовьте сценарий выхода из стартапа.

Практическое занятие № 21 «Презентация для инвестора»

Подготовьте презентацию для инвестора, используя знания, полученные после прочтения главы. Выступите с презентацией перед группой, внимательно ознакомьтесь с презентациями одноклассников. Вы бы инвестировали в представленные ими проекты или нет?

Практическое занятие № 22 «Венчурные инвестиции»

Подготовьте перечень инвесторов (названия фондов, акселераторов, инкубаторов и т. д.), подходящих вашему стартапу. Создайте список из 15 максимально подходящих для вашего рынка инвесторов, соберите краткую информацию о них (количество сделок, объём сделок в отраслях, близких вашему стартапу).

Практическое занятие № 23 «Венчурные инвестиции»

Составьте список источников, из которых можно получить контакты бизнес-ангелов и фондов. Это могут быть социальные сети, поисковики, отраслевые ресурсы. Проработайте контакты.

Практическое занятие № 24 «Венчурные инвестиции»

Найдите контакты выбранных инвесторов — кому отправлять презентацию о вашем проекте? Соберите данные в таблицу, где рядом с названием фонда или именем бизнес-ангела указана их специализация и перечислены номера телефонов и адреса электронной почты.

Практическое занятие № 25 «Венчурные инвестиции»

Проведите два-три интервью с компаниями, которые получили инвестиции, и выясните, как они искали инвестора, о чём инвестор их спрашивал, как строятся взаимоотношения между инвестором и компанией, какие есть плюсы и минусы, что бы они посоветовали стартаперам. Подготовьте презентацию или статью.

3.2 Задания для промежуточной аттестации по курсу ЭК.01 Интернет - предпринимательство в форме дифференцированного зачета

Задание № 1

1. Понятие предпринимательства.
2. Венчурные инвестиции
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 2

1. История предпринимательства.
2. Презентация для инвестора
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 3

1. Виды технологического бизнеса. Электронная торговля
2. Налогообложение предпринимателей
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 4

1. Идея. Стартап.
2. Государственная поддержка предпринимательской деятельности.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 5

1. Выбор идеи и описание концепции.
2. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 6

1. Формирование команды стартапа
2. Неимущественные активы предпринимателей.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 7

1. Мотивация команды стартапа
2. Имущественные активы предпринимателей.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 8

1. Целевая аудитория
2. Венчурные сделки
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 9

1. Портрет потребителя
2. Инновации.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 10

1. Клиентское развитие и проблемное интервью
2. Интеллектуальная собственность и ее защита.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 11

1. Клиентское развитие и решенческое интервью
2. Юридические риски и способы их преодоления
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 12

1. Ценностное предложение
2. Выбор формы регистрации предприятия.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 13

1. Лендинг (посадочная страница)
2. Психология цвета в маркетинге и рекламе
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 14

1. Модели монетизации
2. Принципы и методы влияния на потребителя
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 15

1. Конкуренция
2. Ключевое сообщение и каналы коммуникации
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 16

1. Конкурентное преимущество
2. Маркетинговые коммуникации
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 17

1. Сегментация
2. Стартовый капитал и точка безубыточности
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 18

1. Оценка размера рынка
2. Финансовый план.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 19

1. Минимальная жизнеспособная версия продукта (MVP)
2. Классификация расходов
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 20

1. Цели и приоритеты. Планирование и контроль
2. Понятие расходов.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 21

1. Мотивация команды стартапа
2. Государственная поддержка предпринимательской деятельности.
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 22

1. Целевая аудитория
2. Юридические риски и способы их преодоления
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 23

1. Лендинг (посадочная страница)
2. Налогообложение предпринимателей
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 24

1. Ценностное предложение
2. Принципы и методы влияния на потребителя
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)

Задание № 25

1. Клиентское развитие и проблемное интервью
2. Маркетинговые коммуникации
3. Представьте презентацию своего проекта (над которым работали в течении курса)