

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.05.2026 17:01:34
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)

Кафедра экономики и управления

КОМПЛЕКТ
ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
СОО.03.01 ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Направленность (профиль): Предпринимательство и интернет-маркетинг

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень базового образования обучающихся: Основное общее образование

Челябинск 2026

Процесс изучения дисциплины СОО.03.01 «Основы профессионального развития» направлен на формирование следующих:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знания

актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

1 семестр

1. Что из перечисленного является ключевым фактором успеха проектной команды?

- а) Единая корпоративная форма одежды
- б) **Четкое распределение ролей и ответственности**
- в) Наличие офиса в центре города
- г) Высокая заработная плата всех участников

2. Бизнес-модель, при которой доход генерируется за счет показа рекламы пользователям бесплатного продукта, называется моделью _____.

Ответ: монетизации через рекламу (или «рекламной монетизации»)/рекламная

3. Предприниматель планирует запустить мобильное приложение для заказа еды.

Минимально жизнеспособный продукт (MVP) в этом случае может включать:

- а) Полный функционал приложения с системой лояльности и курьерской службой
- б) **Простой сайт с меню 3 ресторанов и возможностью оформить заказ по телефону**
- в) Офис в торговом центре и штат из 20 сотрудников
- г) Телевизионную рекламную кампанию

4. Установите соответствие между типом конкурента и его характеристикой:

- 1. Прямой конкурент
 - 2. Косвенный конкурент
 - 3. Потенциальный конкурент
- а) Компания, которая пока не работает на вашем рынке, но может выйти на него в будущем
 - б) Бизнес, предлагающий аналогичный продукт для решения той же проблемы
 - в) Организация, удовлетворяющая ту же потребность клиента другим способом

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а

5. Основные бизнес-процессы стартапа по продаже экотоваров включают:

- а) **Закупку сырья, производство, доставку клиенту**
- б) Только разработку логотипа и создание сайта
- в) Проведение корпоративных вечеринок для сотрудников
- г) Анализ фондового рынка

2 семестр

6. К источникам финансирования стартапа на начальном этапе НЕ относится:

- а) Собственные средства основателей
- б) Банковский кредит под залог имущества
- в) **Государственная дотация на содержание офиса**
- г) Привлечение бизнес-ангела

7. Амортизация основных фондов — это постепенное перенесение стоимости _____ на себестоимость продукции.

Ответ: основных средств (или «основного капитала»)

8. Установите соответствие между видом затрат и примером:

1. Материальные затраты
 2. Затраты на оплату труда
 3. Амортизация
- а) Начисление износа на кассовый аппарат
 - б) Зарплата продавца-консультанта
 - в) Покупка упаковочной бумаги для товара

Ответ: 1–в, 2–б, 3–а

9. Рентабельность продаж рассчитывается как отношение прибыли от продаж к:
- а) Сумме активов компании
 - б) **Выручке от реализации**
 - в) Численности персонала
 - г) Стоимости основных средств

10. При затратном методе ценообразования цена формируется как сумма себестоимости и _____.

Ответ: наценки (или «планируемой прибыли»)

Умения

распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи, выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

1 семестр

11. Молодой предприниматель заметил, что в его районе нет пунктов приема вторсырья. Какой метод генерации идей поможет ему сформулировать бизнес-идею на основе этой проблемы?

- а) **Анализ неудовлетворенных потребностей рынка**
- б) Мозговой штурм с друзьями
- в) Копирование бизнес-модели из другой страны без адаптации
- г) Случайный выбор направления деятельности

12. Для оценки размера целевой группы стартапа по доставке готовых обедов необходимо определить количество _____ в выбранном районе города.

Ответ: потенциальных клиентов/клиентов или иное верное по смыслу

13. Установите соответствие между этапом планирования проекта и его содержанием:

1. Определение ресурсов
 2. Выбор организационно-правовой формы
 3. Визуализация бизнес-процессов
- а) Решение о регистрации ИП или ООО
 - б) Составление схемы «как клиент делает заказ»
 - в) Расчет необходимого количества оборудования и персонала

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

14. При анализе конкурентов сервиса доставки цветов предприниматель выделил компании, продающие цветы в магазинах. Эти компании являются:

- а) Прямыми конкурентами
- б) **Косвенными конкурентами**
- в) Поставщиками
- г) Партнерами

15. Для сегментации рынка нового продукта для пожилых людей предпринимателю следует использовать критерий _____ сегментации.

Ответ: демографический

2 семестр

16. Для продвижения нового приложения для фитнеса предприниматель выбирает между контекстной рекламой и продвижением через блогеров. Какой фактор поможет ему принять решение?

а) Цвет логотипа приложения

б) **Целевая аудитория и её поведенческие особенности**

в) Личные предпочтения разработчика приложения

г) Количество сотрудников в штате

17. При планировании стартовых затрат на открытие кофейни предприниматель должен учесть расходы на _____, ремонт помещения и закупку оборудования.

Ответ: регистрацию бизнеса (или «аренду», «лицензии»)

18. Предприниматель рассчитывает цену на новый экопродукт. Себестоимость единицы — 200 руб., желаемая наценка — 50%. Рыночная цена аналогов — 280–320 руб.

Рекомендуемая цена для старта:

а) 150 руб.

б) 250 руб.

в) **300 руб.**

г) 500 руб.

19. Установите соответствие между показателем эффективности и его экономическим смыслом:

1. Выручка

2. Прибыль

3. Рентабельность

а) Доход от продаж за вычетом всех расходов

б) Отношение прибыли к затратам, выраженное в процентах

в) Общий объем продаж в денежном выражении

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

20. При составлении плана расходов на 2 года предприниматель выделил статью «маркетинг». Какой ресурс ему необходимо определить в первую очередь?

а) Количество лайков в соцсетях

б) **Бюджет и каналы продвижения**

в) Цвет фирменного стиля

г) Количество конкурентов

21. Установите соответствие между этапом ценообразования и его содержанием:

1. Анализ рынка

2. Расчет себестоимости

3. Выбор метода ценообразования

а) Определение затрат на производство единицы продукции

б) Изучение цен конкурентов и готовности клиентов платить

в) Принятие решения: использовать затратный или рыночный подход

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

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

Знания

номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;

приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

1 семестр

22. Предприниматель анализирует конкурентов через сервис «Яндекс.Маркет». Какой тип информации он получит в первую очередь?

- а) Личные данные владельцев конкурентов
- б) Цены, отзывы и ассортимент товаров конкурентов**
- в) Секретные рецепты производства
- г) Количество сотрудников в штате конкурента

23. Установите соответствие между цифровым инструментом и его назначением в проекте:

- 1. Битрикс24
 - 2. Яндекс.Метрика
 - 3. VK Реклама
- а) Реклама в социальных сетях
 - б) Анализ поведения пользователей на сайте
 - в) Управление задачами и распределение ролей в команде

Ответ: 1–в, 2–б, 3–а

24. Для визуализации бизнес-процесса «обработка заказа клиента» предприниматель может использовать _____ диаграммы.

Ответ: процессные/блок-схемы/горизонтальные схемы процессов/вертикальные схемы процессов

25. При поиске информации о рынке экотоваров наиболее надежным источником будет:

- а) Случайный комментарий в интернете без указания автора
- б) Анализ информации с маркетплейсов
- в) Рекламный буклет без данных
- г) Отраслевой отчет от ассоциации производителей или Росстата**

26. Установите соответствие между типом информации и способом её получения для стартапа:

- 1. Данные о поведении клиентов
 - 2. Информация о конкурентах
 - 3. Нормативно-правовая база
- а) Мониторинг сайтов конкурентов, анализ цен
 - б) Сайт ФНС, портал госуслуг, КонсультантПлюс
 - в) Веб-аналитика, онлайн опросы

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

2 семестр

27. При анализе финансовых показателей проекта данные о выручке и расходах удобно структурировать в виде _____.

Ответ: таблицы (или «электронной таблицы», «бюджета») или иное верное по смыслу

28. Для мониторинга цен конкурентов на однотипный товар предприниматель может использовать:

- а) Холодные звонки конкурентам с просьбой назвать цены
- б) **Специализированные сервисы мониторинга цен или ручной сбор данных в таблицу**
- в) Опрос прохожих на улице без систематизации

29. Установите соответствие между задачей предпринимателя и подходящим цифровым инструментом:

1. Расчет себестоимости продукции
 2. Анализ охвата рекламной кампании
 3. Хранение и структурирование найденной информации
- а) Электронная таблица
 - б) Сервис заметок
 - в) Метрики соцсетей или Яндекс.Метрика

Ответ: 1–а, 2–в, 3–б

30. Для оценки потенциального рынка нового продукта предприниматель может использовать открытые данные _____.

Ответ: Росстата (или «статистических ведомств», «отраслевых исследований», «отраслевых сайтов», «отраслевой аналитики» или иное верное по смыслу)

31. При поиске информации о налогах для ИП наиболее актуальный источник — официальный сайт:

- а) Сайт Правительства РФ
- б) Приложение «Мой налог»
- в) ФНС России (налоговая.рф)

Умения

определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации, планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

1 семестр

32. Для структурирования информации о клиентах (возраст, пол, интересы) предприниматель создаст в Excel таблицу с _____ для каждого параметра.

Ответ: столбцами (или «колонками»)

33. Установите соответствие между задачей поиска информации и критерием оценки её качества:

1. Поиск данных о конкурентах
 2. Поиск нормативных требований
 3. Поиск трендов рынка
- а) Актуальность (год публикации) и авторитетность источника (Росстат, отраслевые ассоциации)
 - б) Полнота (охват разных игроков рынка) и объективность
 - в) Свежесть данных (последний квартал/год)

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

34. При анализе отзывов о продуктах конкурентов в соцсетях предприниматель выделит наиболее значимую информацию:

- а) **Частота упоминания конкретных проблем или преимуществ продукта**
- б) Количество лайков в комментариях

в) Время суток публикации отзыва

35. Для поиска информации о методах сегментации рынка предприниматель составит запрос в поисковой системе: «_____ сегментация рынка».

Ответ: методы (или «типы», «критерии»)

36. Установите соответствие между этапом работы с информацией и действием предпринимателя:

1. Планирование поиска
2. Структурирование данных
3. Оформление результатов

а) Создание таблицы с колонками: «Конкурент», «Цена», «Преимущества»

б) Подготовка краткого отчета с выводами для команды

в) Определение: где искать (Яндекс.Маркет, отзывы), что именно найти (цены 5 конкурентов)

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

2 семестр

37. Для расчета точки безубыточности предприниматель внесет данные о постоянных и переменных затратах в _____.

Ответ: электронную таблицу (или «калькулятор», «Excel»)

38. Предприниматель анализирует эффективность каналов продвижения. Наиболее значимым показателем для оценки станет:

а) Количество лайков под постом

б) Количество комментариев

в) Количество переходов на сайт и конверсия в покупку

39. Установите соответствие между финансовой задачей и цифровым инструментом для её решения:

1. Планирование расходов на 2 года

2. Мониторинг динамики выручки

3. Расчет наценки на товар

а) График в электронной таблице

б) Таблица с ежемесячными статьями расходов

в) Простая формула: себестоимость \times (1 + наценка%)

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

40. При анализе рентабельности двух продуктов предприниматель структурирует информацию в таблицу со столбцами: «Продукт», «Выручка», «Затраты», _____.

Ответ: «Рентабельность» (или «Прибыль»)

41. Установите соответствие между задачей маркетингового анализа и источником данных:

1. Оценка спроса на продукт

2. Анализ поведения посетителей сайта

3. Изучение реакции на новинку

а) Яндекс.Вордстат (запросы в поисковике)

б) Онлайн-опрос через соцсети или форму

в) Яндекс.Метрика / Google Analytics

Ответ: 1–а, 2–в, 3–б

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

Знания

психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.

1 семестр

42. К признакам эффективной проектной команды НЕ относится:

- а) Общая цель и разделяемые ценности
- б) Четкое распределение ролей и ответственности
- в) **Полное отсутствие разногласий между участниками**
- г) Взаимное доверие и поддержка

43. При распределении ролей в команде стартапа по доставке еды важно учитывать:

- а) Только возраст участников
- б) **Личностные качества, навыки и опыт каждого члена команды**
- в) Цвет волос участников
- г) Место жительства (только центр города)

44. Установите соответствие между ролью в проектной команде и её функцией:

- 1. Координатор
 - 2. Исполнитель
 - 3. Контролёр качества
- а) Контроль сроков и распределение задач между участниками
 - б) Проверка результатов работы на соответствие стандартам
 - в) Непосредственное выполнение конкретных задач проекта

Ответ: 1–а, 2–в, 3–б

45. Для успешного названия (нэйминга) команды стартапа важно, чтобы оно было:

- а) **Коротким, запоминающимся и отражающим суть проекта**
- б) Длинным и сложным для запоминания
- в) Содержащим спецсимволы (#, @, \$)
- г) Написанным только на иностранном языке

46. Психологический климат в команде напрямую влияет на _____ проекта.

Ответ: успех (или «эффективность», «результативность»)

2 семестр

47. Организационно-правовая форма _____ предполагает единоличную ответственность владельца всем своим имуществом.

Ответ: индивидуальный предприниматель (или «ИП»)

48. При масштабировании проекта расширение команды требует:

- а) Найма сотрудников без учета их компетенций
- б) Полной замены старой команды
- в) **Четкого описания новых ролей и интеграции в существующую структуру**
- г) Отказа от распределения обязанностей

49. Установите соответствие между типом партнера и его ролью в проекте:

- 1. Ключевой поставщик
 - 2. Маркетинговое агентство (аутсорсинг)
 - 3. Ментор/наставник
- а) Консультирование по стратегическим вопросам развития
 - б) Обеспечение проекта необходимыми материалами или услугами
 - в) Выполнение маркетинговых задач по договору

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а

50. В команде стартапа роль _____ отвечает за взаимодействие с инвесторами и подготовку финансовой отчетности.

Ответ: финансового менеджера (или «финансиста»)

51. Установите соответствие между этапом проекта и ключевой задачей команды:

1. Запуск MVP

2. Масштабирование

3. Анализ результатов

а) Сбор обратной связи от первых пользователей

б) Расширение команды и выход на новые рынки

в) Оценка эффективности, выявление сильных и слабых сторон

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения

организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.

1 семестр

52. В команде стартапа возник конфликт между разработчиком и маркетологом из-за сроков запуска продукта. Эффективный способ разрешения:

а) Увольнение одного из участников

б) Проведение встречи для выяснения позиций и поиска компромисса

в) Игнорирование конфликта

г) Передача решения руководству

53. Для мотивации команды при запуске нового проекта предприниматель организует _____ встречи для обсуждения прогресса и поддержки духа команды.

Ответ: регулярные (или «еженедельные») или иное верное по смыслу

54. При распределении задач в команде по созданию образовательного приложения предприниматель должен:

а) Учесть сильные стороны каждого и распределить задачи с учетом компетенций

б) Назначить все задачи одному самому опытному участнику

в) Дать возможность участникам самим выбрать любые задачи без координации

55. Установите соответствие между ситуацией в команде и способом взаимодействия:

1. Необходимо срочно принять решение

2. Требуется креативное решение сложной задачи

3. Нужно проверить качество выполненной работы

а) Коллективное обсуждение и мозговой штурм

б) Делегирование ответственности конкретному эксперту

в) Консультация с руководителем или координатором

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

56. Установите соответствие между участником проекта и форматом взаимодействия с ним:

1. Инвестор

2. Клиент

3. Поставщик

а) Регулярные отчеты о ходе проекта и финансовых результатах

б) Заключение договора с четкими условиями поставки и оплаты

в) Оперативная обратная связь и решение возникающих вопросов

Ответ: 1–а, 2–в, 3–б

2 семестр

57. При планировании маркетинговой кампании предприниматель делегирует задачи между участниками команды, учитывая их _____ и зону ответственности.

Ответ: компетенции (или «навыки», или «опыт») или иное верное по смыслу

58. Для координации работы команды при масштабировании проекта предприниматель введет:

- а) Полный запрет на общение между участниками
- б) Отказ от любых встреч и полную автономию
- в) Жесткий контроль за всеми процессами и участниками команды
- г) **Еженедельные планерки и общие инструменты управления задачами**

59. Установите соответствие между конфликтной ситуацией и способом её разрешения:

- 1. Разногласия по срокам выполнения задач
- 2. Недопонимание в требованиях к продукту
- 3. Личная неприязнь между участниками
- а) Детальная проработка ТЗ и фиксация договоренностей письменно
- б) Медиация с участием координатора команды
- в) Пересмотр графика с учетом реальных возможностей и приоритетов

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

60. Для поддержания вовлеченности команды при длительном проекте предприниматель внедрит систему _____ за достигнутые результаты.

Ответ: поощрений/мотивации/стимулирования (или «нематериальной мотивации», «обратной связи») или иное верное по смыслу

61. Установите соответствие между этапом взаимодействия и действием предпринимателя:

- 1. Формирование команды
- 2. Работа над проектом
- 3. Завершение этапа проекта
- а) Проведение ретроспективы: что получилось, что улучшить
- б) Подбор участников с дополняющими компетенциями и общим видением цели
- в) Оперативное решение возникающих трудностей, поддержка команды

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а