Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.02.2026 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

МДК.04.01 ТЕХНОЛОГИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 20004 АГЕНТ

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 МДК.04.01 «Технология выполнения работ по профессии 20004 Агент» направлен на формирование следующих:

общих компетенций

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 в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию**;** определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов;

финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
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 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона	правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы**;** участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы**;** строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности**;** кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)**;** писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы**;** основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности

профессиональных компетенций

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	**Навыки:** поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.
	Умения: пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
	Знания: методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей	**Навыки:** оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.
	Умения: применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;

искусственного интеллекта	осуществлять выбор поставщиков; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств; создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе.
	Знания: правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	**Навыки:** формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.
	Умения: применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; описывать объект закупки; разрабатывать закупочную документацию; работать в единой информационной системе; взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;

	формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).
	Знания: законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; особенностей составления закупочной документации; методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта.
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	**Навыки:** направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; формирования проекта внешнеторгового контракта; осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.
	Умения: классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; подготавливать коммерческие предложения, запросы; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.
	Знания: основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки; нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность; международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции; методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках; основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций; документооборота внешнеторговых сделок; условий внешнеторгового контракта;

	норм этики и делового общения с иностранными партнерами.
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	**Навыки:** подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.
	Умения: составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.
	Знания: правил оформления документации по внешнеторговому контракту; порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	**Навыки:** выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда.
	Умения: осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных

	платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; применять электронный документооборот; осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.
	Знания: видов торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; средств, методов, инноваций в отрасли; организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	**Навыки:** выявления проблем и формулирования целей исследования; планирования проведения маркетингового исследования; определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.
	Умения: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.
	Знания: составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методов изучения рынка, анализа окружающей среды; этапов маркетинговых исследований, их результат; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.
	Навыки:

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации.
	Умения: обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.
	Знания: средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики.
ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	**Навыки:** проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
	Умения: обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных
	Знания: порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен.
ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	**Навыки:** установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
	Умения: анализировать текущую рыночную конъюнктуру.
	Знания: видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; методов оценки конкурентной среды.
ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	**Навыки:** применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
	Умения: применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; развивать идеи до бизнес-предложений; оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; оценивать риски, связанные с бизнесом; анализировать бизнес-концепции; предлагать идеи для дальнейшего развития; применять методы принятия оптимальных решений; находить аргументы в пользу идей; принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; обосновывать и оценивать цели и ценности; представлять идеи, дизайн, видения и решения; применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;

	использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; создавать деловые электронные презентации.
	Знания: норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; роли и значения бизнес-плана; основных функций бизнес-плана; классификации основных типов бизнес-планов; методологии и процессов развития бизнес-идеи; порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью.
ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	**Навыки:** расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
	Умения: собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; использовать методы экономического анализа; анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами.
	Знания: принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; методов, способов и приемов для решения задач по анализу; типов факторных моделей; схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.
ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	**Навыки:** определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
	Умения: разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации.
	Знания: методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации; спектра специализированных программных продуктов; интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; инновационных средств и устройств информатизации;

	порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности.
ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	**Навыки:** сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
	Умения: собирать информацию о бизнес-проблемах; анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
	Знания: рисков: понятия и видов; методов оценки риска, связанных с бизнесом; мер снижения риска, связанных с бизнесом; методов оценки выполнимости бизнес-идеи; основных способов анализа и оценки рисков; состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности.
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению	**Навыки:** проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
	Умения: выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита.
	Знания: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при	**Навыки:** анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения;

поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
	Умения: определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.
	Знания: внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин; правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методов обработки текстовой и графической информации; основ копирайтинга и веб-райтинга.
ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети «Интернет»	**Навыки:** определения стратегии продвижения в социальных сетях.
	Умения: определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.
	Знания: основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	**Навыки:** размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
	Умения: разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории;

	создавать тексты и рекламные слоганы.
	Знания: перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	**Навыки:** разработки лендинга.
	Умения: создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга; писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; определять CTA для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок.
	Знания: основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок.
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**Навыки:** анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
	Умения: составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.
	Знания: методов обработки текстовой информации и графической информации.

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. Какой из перечисленных документов НЕ является основным источником информации при выборе поставщика?

а) коммерческое предложение

б) договор аренды офиса

в) прайс-лист

г) отзывы клиентов и рейтинги поставщиков

2.Дополните фразу: «Этапами разработки ассортиментной политики являются анализ рынка, сегментация потребителей, _____ и корректировка ассортимента».

Ответ: формирование целевого ассортимента

3.Установите соответствие между этапами маркетинговой деятельности и их содержанием:

Этап маркетинговой деятельности	Содержание этапа
1) Анализ рынка	а) Разработка рекламных материалов и каналов продвижения
2) Планирование товарного предложения	б) Изучение потребностей покупателей и конкурентов
3) Реализация рекламной политики	в) Определение состава и характеристик товаров для продажи

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а

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)

4. Коммерческий агент получил задание повысить конкурентоспособность нового товара на рынке. Какой из перечисленных шагов следует выполнить В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ?

а) запустить рекламную кампанию в соцсетях

б) провести сравнительный анализ аналогичных товаров конкурентов

в) назначить максимально низкую цену

г) расширить ассортимент сопутствующих товаров

5. При исследовании рынка выяснилось, что спрос на определённую группу товаров снижается, но у поставщика остаётся крупная партия этой продукции. Какое решение будет наиболее рациональным с точки зрения ассортиментной и ценовой политики?

а) прекратить продажи и списать товар как убыток

б) сохранить прежнюю цену и ждать роста спроса

в) ввести временную скидку и провести промоакцию для ускорения реализации

г) увеличить рекламный бюджет без изменения цены

6. Установите правильную последовательность действий при выборе нового поставщика:

1. оценка надёжности и репутации поставщика
2. сбор коммерческих предложений от нескольких поставщиков
3. заключение договора
4. сравнение условий поставки, цен и сроков

Ответ: 2 → 4 → 1 → 3

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

7. Какой из перечисленных ресурсов НЕ относится к специализированным источникам информации для коммерческого агента при исследовании рынка?
а) портал госзакупок (zakupki.gov.ru)
б) социальная сеть MAX
в) база данных Поставщики.ру
г) отраслевые аналитические отчёты (например, от РБК)

8. Дополните предложение: «Для структурирования и визуализации данных о продажах по категориям товаров коммерческий агент может использовать _____.»
Ответ: электронные таблицы Excel

9. Установите соответствие между видом информации и подходящим цифровым инструментом для её обработки:

Вид информации	Цифровой инструмент
1) Сравнение цен у разных поставщиков	а) CRM-система (например, Битрикс24)
2) Хранение контактов клиентов	б) Электронная таблица (Excel)
3) Автоматизация рассылки предложений	в) Сервис email-рассылок

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

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*

10. Коммерческому агенту необходимо оперативно сравнить цены на аналогичную бытовую технику у 5 поставщиков. Какой из перечисленных способов обеспечит наиболее эффективный сбор и анализ данных?
а) позвонить каждому поставщику и записать цены в блокнот
б) запросить прайс-листы и занести данные в таблицу Excel с фильтрацией и сортировкой
в) поискать информацию в личных сообщениях Telegram
г) опубликовать запрос в общем чате Вконтакте

11. При подготовке отчёта о конкурентоспособности нового товара агент собрал данные из открытых источников, но часть информации противоречива. Какое действие соответствует правильной практике анализа информации?
а) использовать только самую свежую информацию, игнорируя остальную
б) отбросить все данные и провести опрос среди друзей
в) сопоставить источники, оценить их авторитетность и выделить подтверждённые факты
г) включить в отчёт все данные без проверки
12. Установите правильную последовательность действий при использовании цифровых средств для поиска поставщика нового товара:
1. оформить результаты в виде сравнительной таблицы
2. сформулировать запрос (наименование товара, параметры, регион поставки)
3. проанализировать полученные предложения и отфильтровать ненадёжные
4. выполнить поиск в специализированных каталогах (например, на Яндекс.Маркете)

Ответ:2 → 4 → 3 → 1

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

Знания

содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты

13. Какой документ регулирует основные принципы предпринимательской деятельности в Российской Федерации?
а) Трудовой кодекс РФ
б) Гражданский кодекс РФ
в) Федеральный закон «О защите прав потребителей»
г) Налоговый кодекс РФ
14. Дополните определение: «_____ — это совокупность мероприятий, направленных на привлечение инвестиций и обоснование целесообразности реализации бизнес-идеи».
а) маркетинговая стратегия
б) бизнес-план
в) ассортиментная политика
г) ценовая политика
15.Установите соответствие между понятиями и их определениями:

Понятие	Определение
1) Финансовая грамотность	а) Способность оценивать риски и выгоды при выборе источников финансирования
2) Инвестиционная привлекательность	б) Умение управлять личными и бизнес-финансами, понимать финансовые продукты
3) Предпринимательская деятельность	в) Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения

определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
*применять современную научную профессиональную терминологию**;** определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования*
выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования

16. Предприниматель планирует открыть точку продажи сувенирной продукции. Какой из перечисленных разделов бизнес-плана будет наиболее важен для привлечения инвестора?
а) Описание личных качеств предпринимателя
б) **Анализ конкурентов и рыночная стратегия**
в) Перечень используемой офисной техники
г) График личного отдыха владельца

17. Банк предлагает кредит на сумму 600 000 рублей под 12% годовых на 1 год. Чему будет равна переплата по кредиту при простом начислении процентов?
а) 60 000 руб.
б) 72 000 руб.
в) 84 000 руб.
г) 120 000 руб.

18.Установите соответствие между источником финансирования и его характеристикой:

Источник финансирования	Характеристика
1) Собственные средства	а) Требует возврата и уплаты процентов
2) Банковский кредит	б) Не требует возврата, но может ограничивать контроль над бизнесом
3) Привлечённые инвестиции	в) Полностью контролируются владельцем бизнеса, не требуют возврата

Ответ: 1–в, 2–а, 3–б

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

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

19. Какой из перечисленных принципов является основой эффективной командной работы?
а) конкуренция между членами команды
б) чёткое распределение ролей и ответственности
в) отсутствие обратной связи
г) игнорирование личных качеств участников

20. Дополните определение: «_____ — это совместная деятельность группы людей, направленная на достижение общей цели с чётким распределением задач и ресурсов».
а) индивидуальная работа

б) проектная деятельность
в) служебная иерархия
г) административное управление
21. Установите соответствие между психологическими характеристиками личности и их проявлением в командной работе:

Характеристика	Проявление в команде
1) Эмпатия	а) Способность слушать и понимать чувства коллег
2) Ответственность	б) Готовность выполнять свои обязанности в срок
3) Коммуникабельность	в) Умение ясно и корректно доносить информацию до других

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения

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

22. В ходе подготовки рекламной кампании новый сотрудник предлагает нестандартную идею, но команда скептически к ней относится. Какой подход наиболее эффективен для поддержания командного духа и продуктивности?
а) отклонить идею без обсуждения
б) предложить обсудить идею на равных, выслушать аргументы и оценить её потенциал
в) поручить сотруднику работать над идеей в одиночку
г) передать решение руководству без участия команды
Ответ: б) предложить обсудить идею на равных, выслушать аргументы и оценить её потенциал
23. Коммерческий агент участвует в совместном проекте с отделом логистики и маркетинга. Какой из следующих действий продемонстрирует его умение эффективно взаимодействовать в межфункциональной команде?
а) игнорировать сроки, установленные другими отделами
б) регулярно информировать коллег о статусе своих задач и согласовывать изменения
в) принимать решения без учёта мнения других специалистов
г) перекладывать ответственность за ошибки на других
24. Установите соответствие между ролью в команде и её функцией:

Роль в команде	Функция
1) Координатор	а) Генерирует новые идеи и предлагает нестандартные решения
2) Исполнитель	б) Обеспечивает выполнение задач в срок и с соблюдением качества
3) Инициатор	в) Организует взаимодействие, распределяет задачи

Ответ: 1–в, 2–б, 3–а

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

Знания

особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений

25. Какой из перечисленных стилей речи наиболее уместен при составлении официального делового письма?

а) разговорный

б) публицистический

в) официально-деловой

г) художественный

26. Дополните предложение: «При общении с коллегами из разных регионов России важно учитывать _____, чтобы избежать недопонимания и проявить уважение».

а) особенности моды

б) социальные и культурные различия

в) личные предпочтения в еде

г) уровень образования

27. Установите соответствие между типом документа и его назначением:

Тип документа	Назначение
1) Служебная записка	а) Официальное обращение к внешней организации
2) Деловое письмо	б) Внутреннее обращение к руководству или коллегам
3) Протокол совещания	в) Фиксация решений и обсуждений на встрече

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения

грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе

28. Коммерческий агент готовит письмо потенциальному поставщику. Какая формулировка соответствует нормам деловой переписки?

а) «Привет! Нам нужны ваши товары, пишите скорее!»

б) «Уважаемые коллеги! Просим направить коммерческое предложение на поставку товаров согласно приложенному перечню.»

в) «Эй, вы там! Отправляйте цены!»

г) «Надеюсь, вы не забыли про нас…»

29. Во время совещания коллега из другой этнической группы высказывает мнение, отличающееся от общепринятого. Какое поведение продемонстрирует уважение к социальному и культурному контексту?

а) прервать выступление и возразить резко

б) выслушать внимательно, задать уточняющие вопросы без оценочных суждений

в) проигнорировать выступление

г) пошутить над акцентом коллеги

30. Установите соответствие между элементом делового письма и его содержанием:

Элемент письма	Содержание
1) «Шапка»	а) Краткое изложение сути обращения
2) Основная часть	б) Реквизиты отправителя (наименование, адрес, ИНН и др.)
3) Заключение	в) Благодарность, просьба о рассмотрении, подпись

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

Знания:

*правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности**;** основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения**;** принципы бережливого производства**;** основные направления изменения климатических условий региона*

31. Какой из перечисленных принципов относится к бережливому производству?

а) максимизация складских запасов

б) устранение потерь и нерациональных операций

в) увеличение количества посредников в цепочке поставок

г) игнорирование сроков годности товаров

32. Дополните предложение:

«Одним из основных направлений ресурсосбережения в закупочной деятельности является _____».

а) использование одноразовой упаковки

б) выбор поставщиков с минимальной ценой без учёта экологических стандартов

в) оптимизация логистических маршрутов и сокращение транспортных выбросов

г) увеличение частоты поставок мелкими партиями

33. Установите соответствие между термином и его определением:

Термин	Определение
1) Экологическая безопасность	а) Система мер по предотвращению вредного воздействия на окружающую среду
2) Бережливое производство	б) Подход, направленный на минимизацию отходов и повышение эффективности
3) Изменение климата	в) Долгосрочные изменения температуры, осадков и других климатических факторов

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения

соблюдать нормы экологической безопасности;

определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона

34. При организации поставок товаров коммерческий агент может снизить негативное воздействие на окружающую среду, если:

а) будет использовать только воздушные перевозки для ускорения доставки

б) выберет поставщиков, применяющих многоразовую или перерабатываемую упаковку

в) увеличит количество промежуточных складов

г) откажется от электронного документооборота в пользу бумажного

35. В регионе наблюдается учащение засух и снижение уровня грунтовых вод. Как коммерческий агент может учесть это при формировании ассортимента?

а) включить в ассортимент больше товаров, требующих большого расхода воды при производстве

б) отказаться от сотрудничества с местными производителями

в) отдать предпочтение товарам с низким водным следом и устойчивыми к засухе характеристиками
г) игнорировать климатические изменения, так как они не влияют на продажи

36. Установите соответствие между видом ресурса и способом его экономии в профессиональной деятельности коммерческого агента:

Ресурс	Способ ресурсосбережения
1) Бумага	а) Переход на электронный документооборот
2) Электроэнергия	б) Использование энергосберегающего оборудования в офисе
3) Транспортное топливо	в) Планирование маршрутов поставок с минимальным пробегом

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Знания

правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности

37. Какой из следующих терминов на английском языке означает «ассортимент товаров»?
а) price list
б) product range
в) delivery terms
г) marketing strategy

38. Дополните предложение на английском языке:
«Our company specializes in _____ of consumer goods from reliable suppliers.»
а) advertising
б) purchasing
в) recycling
г) designing

39. Установите соответствие между русскими терминами и их английскими эквивалентами:

Русский термин	Английский эквивалент
1) ценовая политика	а) market research
2) исследование рынка	б) pricing policy
3) конкурентоспособность товара	в) product competitiveness

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения

понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

40. Прочитайте отрывок из делового письма на английском языке:
"We would like to propose a long-term cooperation based on competitive pricing and timely deliveries."
Какой смысл передаёт это предложение?
а) Компания отказывается от сотрудничества из-за высоких цен.
б) Компания предлагает долгосрочное сотрудничество при условии выгодных цен и своевременных поставок.
в) Компания требует немедленной оплаты за прошлые поставки.
г) Компания сообщает о прекращении поставок.
41. Вы участвуете в международной онлайн-встрече и хотите кратко представить свою роль. Какая фраза наиболее уместна?
а) “I’m just here.”
б) “I work as a commercial agent responsible for supplier selection and product range development.”
в) “Nice weather, isn’t it?”
г) “I don’t know what to say.”
42. Установите соответствие между ситуацией и подходящей фразой на английском языке:

Ситуация	Фраза
1) Вы уточняете условия поставки	а) Could you please send us your latest catalogue?
2) Вы запрашиваете коммерческое предложение	б) What are your payment and delivery terms?
3) Вы просите прислать актуальный каталог товаров	в) We’d like to receive a quotation for bulk orders.

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

Знания

методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;

требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;

стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.

43. Какой из перечисленных инструментов чаще всего используется для систематизации и анализа рыночной информации в формате электронных таблиц?
а) Microsoft Word
б) Microsoft Excel
в) Adobe Photoshop
г) 1С:Бухгалтерия
44. Дополните определение:
«_____ — это совокупность требований, предъявляемых страной-импортёром к качеству, безопасности, маркировке и упаковке товара».
а) таможенный тариф
б) техническое регулирование
в) стандарты внешнего рынка
г) логистическая схема
45. Установите соответствие между типом информации и источником её получения:

Тип информации	Источник
1) Данные о ценах конкурентов	а) официальные статистические порталы

2) Требования к импорту продукции	б) сайты конкурентов и торговых площадок
3) Макроэкономические показатели рынка	в) нормативные акты страны-импортёра

Ответ: 1–б, 2–в, 3–а

Умения

пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;

проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;

обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;

анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;

создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;

составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;

обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;

обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.

46. Коммерческий агент анализирует ёмкость рынка нового продукта. Какой метод наиболее подходит для оценки потенциального спроса?

а) опрос случайных прохожих на улице без фиксации данных

б) анализ продаж аналогичных товаров у конкурентов с использованием открытых отчётов и баз данных

в) игнорирование данных и принятие решения на основе интуиции

г) использование только внутренних данных компании без учёта внешней среды

47. При работе с базой данных поставщиков в Excel необходимо выделить всех поставщиков, работающих в сегменте «электробытовая техника», и отсортировать их по сроку поставки. Какую функцию следует использовать?

а) условное форматирование

б) фильтр и сортировку

в) защиту листа

г) проверку орфографии

48. Установите соответствие между задачей и подходящим цифровым инструментом:

Задача	Инструмент
1) Поиск информации о международных стандартах	а) Google Trends
2) Анализ частоты запросов по ключевым товарам	б) сайт Всемирной торговой организации (ВТО)
3) Систематизация контактных данных поставщиков	в) CRM-система или Excel

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Навыки

поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;

проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;

обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);

составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;

подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;

проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;

подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.

49. Для подготовки рекомендаций по выходу на рынок ЕС коммерческий агент должен составить перечень требований к маркировке детских игрушек. Какой документ будет основным источником такой информации?

а) ГОСТ РФ

б) Директива ЕС по безопасности игрушек

в) внутренний регламент компании

г) рекламный буклет производителя

50. Агент проводит мониторинг цен на аналогичную продукцию у трёх конкурентов. Получены следующие данные (в рублях): 12 000, 13 500, 11 800. Какова средняя рыночная цена?

а) 11 800 руб.

б) 12 433 руб.

в) 13 500 руб.

г) 12 750 руб.

51. Установите правильную последовательность действий при создании базы данных поставщиков:

1. Сбор контактной и коммерческой информации
2. Структурирование данных (наименование, категория товара, условия поставки)
3. Регулярное обновление и актуализация записей
4. Ввод данных в электронную таблицу или CRM

Ответ: 1 → 2 → 4 → 3

ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта

Знания:

правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев;

поиска и методов отбора поставщиков;

методов и инструментов работы с базами больших данных;

требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.

52. Какой документ, согласно Гражданскому кодексу РФ, является основным при оформлении поставки товаров между юридическими лицами?
а) сопроводительное письмо
б) договор поставки
в) рекламация
г) платёжное поручение
53. Дополните предложение:
«Спецификация к договору поставки содержит _____».
а) перечень сотрудников поставщика
б) наименования, количество, цену и артикулы поставляемых товаров
в) реквизиты банковского счёта покупателя
г) график отпусков менеджеров
54. Установите соответствие между элементом договора и его содержанием:

Элемент договора	Содержание
1) Предмет договора	а) Наименование, количество и характеристики товара
2) Сроки поставки	б) Дата или период передачи товара
3) Порядок расчётов	в) Форма оплаты, сроки и реквизиты для безналичных платежей

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;

осуществлять выбор поставщиков;

оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств;

создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;

обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;

работать в единой информационной системе.

55. При выборе поставщика коммерческий агент анализирует не только цену, но и надёжность, сроки поставки и репутацию. Какой метод отбора наиболее соответствует принципам профессиональной деятельности?
а) выбор по принципу «самый дешёвый» без проверки репутации
б) сравнительный анализ по комплексу критериев (цена, сроки, качество, отзывы)
в) выбор по рекомендации друга без документального подтверждения
г) случайный отбор из интернет-каталога
56. Коммерческий агент использует CRM-систему для управления контактами с поставщиками. Какая функция системы поможет автоматизировать напоминания о сроках повторных заказов?
а) ведение финансовой отчётности
б) настройка триггеров и задач по расписанию
в) печать этикеток
г) создание рекламных баннеров

57. Установите соответствие между типом документа и его назначением в хозяйственных связях:

Тип документа	Назначение
1) Деловое письмо-запрос	а) Официальное обращение с просьбой предоставить информацию
2) Заказ на поставку	б) Подтверждение намерения приобрести товар по согласованным условиям
3) Претензионное письмо	в) Формальное уведомление о выявленных нарушениях условий договора

Ответ: а) 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;

установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;

составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.

58. При обнаружении несоответствия количества товара данным в накладной, коммерческий агент должен:

а) принять товар без замечаний

б) устно сообщить поставщику и ничего не фиксировать

в) составить акт расхождения и направить претензионное письмо в установленный срок

г) отказаться от всех будущих поставок без объяснения причин

59. Агент оформляет безналичный платёж за поставленный товар. Какой реквизит обязателен для корректного перевода средств?

а) ИНН получателя

б) БИК и номер расчётного счёта банка получателя

в) ФИО генерального директора поставщика

г) адрес склада поставщика

60. Установите правильную последовательность этапов установления хозяйственной связи с новым поставщиком:

1. Анализ рынка и поиск потенциальных поставщиков
2. Направление запроса и получение коммерческого предложения
3. Сравнение условий и выбор поставщика
4. Заключение договора и оформление первого заказа

Ответ: 1 → 2 → 3 → 4

ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий

Знания:

законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;

особенностей составления закупочной документации;

методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта.

61. Какой нормативный правовой акт регулирует закупочную деятельность в Российской Федерации для государственных и муниципальных заказчиков?
а) Трудовой кодекс РФ
б) Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
в) Гражданский кодекс РФ
г) Федеральный закон № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»
62. Дополните предложение:
«Начальная (максимальная) цена контракта (НМЦК) обосновывается на основе _____».
а) личных предпочтений заказчика
б) рыночного анализа и методов расчёта, предусмотренных законодательством
в) минимальной цены, предложенной одним поставщиком
г) устной договорённости с поставщиком
63. Установите соответствие между элементом закупочной документации и его назначением:

Элемент документации	Назначение
1) Описание объекта закупки	а) Формализованное изложение характеристик товара, работы или услуги
2) Проект контракта	б) Документ, определяющий права и обязанности сторон после выбора поставщика
3) Лот	в) Часть закупки, выделенная для отдельного конкурса или аукциона

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;

составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;

обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;

описывать объект закупки;

разрабатывать закупочную документацию;

работать в единой информационной системе;

взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;

анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;

формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;

проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).

64. При подготовке закупки офисной мебели коммерческий агент должен описать объект закупки. Какая формулировка соответствует требованиям законодательства?
а) «Купим хорошую мебель для офиса»
б) «Столы письменные, 10 шт., ДСП, размер 140×70 см, цвет — венге, с ящиками»
в) «Мебель, как у соседей»
г) «Что найдём — то купим»
65. Закупочная комиссия провела электронный аукцион. Какой документ фиксирует решение комиссии о выборе поставщика?

а) платёжное поручение
б) протокол рассмотрения первых частей заявок
в) протокол подведения итогов аукциона
г) рекламационное письмо
66. Установите соответствие между этапом закупочной процедуры и используемой цифровой платформой:

Этап закупки	Платформа
1) Размещение извещения о закупке	а) Единая информационная система (ЕИС)
2) Подача заявок участниками	б) Электронная площадка (например, СберБанк AST, РТС-тендер)
3) Подписание контракта	в) Электронная подпись через ЕИС или площадку

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;

составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;

осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;

публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);

публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;

организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.

67. При проверке документов победителя электронного аукциона выяснилось, что не представлена декларация о соответствии требованиям к участникам. Какое действие должен предпринять коммерческий агент?
а) подписать контракт без замечаний
б) запросить недостающий документ в установленный срок
в) игнорировать отсутствие документа
г) сразу отменить итоги аукциона
68. Для обоснования НМЦК при закупке ноутбуков агент собрал предложения от трёх поставщиков: 65 000 руб., 70 000 руб., 68 000 руб. Какова будет НМЦК при использовании метода «сопоставимых рыночных цен» (максимальное значение не превышает среднее более чем на 10 %)?
а) 65 000 руб.
б) 67 667 руб.
в) 70 000 руб.
г) 75 000 руб.
(Пояснение: среднее = (65 000 + 70 000 + 68 000) / 3 ≈ 67 667 руб.; 10 % от среднего ≈ 6 767

руб.; 67 667 + 6 767 ≈ 74 434 руб. → 70 000 < 74 434, значит, допустимо использовать максимальную цену.)

69. Установите правильную последовательность действий при оформлении контракта после проведения электронного аукциона:

1. Подписание проекта контракта победителем на электронной площадке
2. Проверка представленных документов победителя
3. Размещение информации об итогах в ЕИС
4. Направление проекта контракта победителю

Ответ: 2 → 4 → 1 → 3

ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.

Знания:

основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки;

нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность;

международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;

международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции;

стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции;

методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;

методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках;

основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций;

документооборота внешнеторговых сделок;

условий внешнеторгового контракта;

норм этики и делового общения с иностранными партнерами.

70. Какой международный документ регулирует толкование торговых терминов, таких как FOB, CIF, EXW?

а) Гаагская конвенция

б) Инкотермс (Incoterms®)

в) Венская конвенция о договорах международной купли-продажи товаров

г) Таможенный кодекс ЕАЭС

71. Дополните предложение:

«Для экспорта продукции в страны Европейского союза необходимо соответствие требованиям _____».

а) ГОСТ Р

б) технических регламентов Таможенного союза

в) директив и стандартов ЕС (например, CE-маркировка)

г) внутренних стандартов производителя

72. Установите соответствие между термином Инкотермс и его значением:

Термин	Значение
1) EXW	а) Продавец поставляет товар на борт судна в указанном порту отправления
2) FOB	б) Покупатель забирает товар со склада продавца
3) CIF	в) Продавец оплачивает стоимость товара, фрахт и страхование до порта назначения

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения:

классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;

разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;

осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;

осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;

подготавливать коммерческие предложения, запросы;

оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.

73. При подготовке коммерческого предложения для иностранного партнёра из Германии коммерческий агент должен указать условия поставки. Какая формулировка соответствует международной практике?

а) «Товар будет отправлен почтой»

б) «Цена — 5 000 евро за единицу, поставка — FOB Санкт-Петербург»

в) «Привезём сами, когда получится»

г) «Цена договорная, условия — как обычно»

74. В ходе переговоров с иностранным контрагентом возникли разногласия по срокам поставки. Какой документ следует оформить для фиксации позиций сторон?

а) протокол разногласий

б) служебную записку

в) рекламационное письмо

г) внутренний отчёт

75. Установите соответствие между этапом внешнеторговой сделки и типом документа:

Этап сделки	Документ
1) Начало переговоров	а) коммерческое предложение (offer)
2) Согласование условий	б) протокол согласованных условий
3) Подписание контракта	в) внешнеторговый контракт

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;

проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;

составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);

документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;

подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;

формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;

обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;

формирования проекта внешнеторгового контракта;

осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;

подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.

76. При проверке документов иностранного поставщика выяснилось, что сертификат происхождения товара оформлен без апостиля. Что должен сделать коммерческий агент?
а) принять документ без замечаний
б) запросить легализацию или апостиль в соответствии с требованиями РФ
в) отказаться от сотрудничества
г) самостоятельно проставить апостиль

77. Российская компания планирует поставить оборудование в Китай. Какой из перечисленных документов является обязательным для таможенного оформления экспорта?
а) внутренний приказ директора
б) инвойс (счёт-фактура) и упаковочный лист
в) рекламный буклет
г) резюме менеджера по внешнеэкономической деятельности

78. Установите правильную последовательность действий при подготовке к заключению внешнеторгового контракта:
1. Анализ требований внешнего рынка и законодательства страны-импортёра
2. Поиск и отбор потенциальных иностранных партнёров
3. Направление коммерческого предложения и ведение переговоров
4. Составление и согласование проекта контракта

Ответ: 1 → 2 → 3 → 4

ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

Знания:

правил оформления документации по внешнеторговому контракту; порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.

79. Какой документ подтверждает факт выполнения поставщиком обязательств по отдельному этапу внешнеторгового контракта?
а) платёжное поручение
б) акт приёмки-передачи
в) служебная записка
г) рекламационное письмо

80. Дополните предложение:
«Основной целью риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности является _____».
а) минимизация издержек на офисные расходы
б) выявление, оценка и снижение рисков невыполнения условий контракта
в) ускорение внутреннего документооборота
г) повышение зарплаты сотрудников

81. Установите соответствие между типом нарушения и возможной санкцией по внешнеторговому контракту:

Тип нарушения	Санкция
1) Просрочка поставки	а) штраф или пеня
2) Некачественный товар	б) требование замены или возврата средств
3) Отказ от исполнения контракта	в) расторжение контракта и возмещение убытков

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;

осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;

осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.

82. В ходе исполнения контракта поставщик нарушил сроки поставки на 10 дней. Какой документ должен подготовить коммерческий агент для фиксации нарушения?

а) внутренний отчёт без уведомления контрагента

б) претензионное письмо с указанием нарушения и требованием уплаты пени

в) новое коммерческое предложение

г) благодарственное письмо за сотрудничество

83. Для мониторинга исполнения внешнеторгового контракта агент использует облачную платформу с доступом к данным в реальном времени. Какая технология позволяет эффективно обмениваться документами и отслеживать статусы?

а) электронная почта без шифрования

б) CRM-система с интеграцией электронного документооборота

в) бумажный журнал регистрации

г) мессенджер без архивации

84. Установите соответствие между этапом контроля и действием коммерческого агента:

Этап контроля	Действие
1) Планирование	а) Разработка графика контрольных мероприятий
2) Мониторинг	б) Сравнение фактических данных с условиями контракта
3) Реагирование на нарушения	в) Направление претензии и применение санкций

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;

сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;

мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;

подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.

85. При получении товара выявлено несоответствие количества указанному в инвойсе. Что должен сделать коммерческий агент в первую очередь?

а) принять товар без замечаний

б) составить акт расхождения и направить его поставщику в установленный срок

в) устно сообщить менеджеру и ничего не фиксировать

г) сразу расторгнуть контракт

86. По условиям контракта предусмотрен банковский гарантийный платёж в размере 10 % от стоимости. Поставщик нарушил обязательства. Какой шаг следует предпринять для взыскания средств?

а) обратиться в суд через год

б) направить заявление в банк-гарант с приложением подтверждающих документов

в) потребовать возврата напрямую от поставщика без обращения к гарантии

г) списать сумму как убыток

87. Установите правильную последовательность действий при выявлении нарушения условий внешнеторгового контракта:

1. Фиксация нарушения (акт, фото, документы)
2. Анализ условий контракта и определение типа нарушения
3. Направление претензии контрагенту
4. Применение санкций или инициация переговоров

Ответ: 2 → 1 → 3 → 4

ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

Знания:

видов торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; средств, методов, инноваций в отрасли; организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли;

требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.

88. Какой из перечисленных элементов относится к материально-технической базе торговли?

а) онлайн-касса

б) складские помещения

в) чат-бот поддержки клиентов

г) система распознавания лиц

89. Дополните предложение:

«Система ЕГАИС предназначена для контроля оборота _____ товаров в Российской Федерации».

а) продовольственных

б) алкогольной продукции

в) бытовой техники

г) парфюмерно-косметической продукции

90. Установите соответствие между цифровой технологией и её назначением в торговле:

Технология	Назначение
1) Облачная ABM SHELF	а) автоматизация управления полочным пространством
2) Интернет вещей (IoT)	б) мониторинг условий хранения и сроков годности
3) Видеоаналитика	в) анализ траекторий движения покупателей в торговом зале

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;

применять электронный документооборот; осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

91. Коммерческий агент использует облачную платформу для анализа данных о продажах и формирует рекомендации по изменению ассортимента. Какое из перечисленных умений он демонстрирует?

а) оформление заказа на поставку товаров

б) системный анализ больших данных

в) применение голосовых помощников

г) использование 5G для деловой переписки

92. Приемка товара осуществляется с использованием планшета, подключённого к системе электронного документооборота, и сканера штрихкодов. Какой из перечисленных процессов реализуется?

а) контроль за сроками хранения с помощью датчиков

б) оформление факта продажи с применением цифровых инструментов

в) оформление заказа на поставку с применением компьютерных программ

г) приемка товаров по количеству и качеству с цифровой фиксацией

93. Установите соответствие между задачей и подходящим цифровым решением:

Задача	Цифровое решение
1) Быстрое оформление заказа от клиента	а) чат-бот
2) Автоматическое пополнение дефицитных позиций	б) облачная ABM SHELF

3) Консультация покупателя в режиме 24/7	в) ИИ-система обработки заказов

Ответ: 1–в, 2–б, 3–а

Навыки:

выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда.

94. В магазине внедрена система распознавания лиц, позволяющая идентифицировать постоянных клиентов и автоматически начислять бонусы. Какой профессиональный навык демонстрирует коммерческий агент, участвующий в организации такой системы?

а) использование чат-ботов для обработки запросов

б) организация торговли с применением алгоритмов распознавания лиц

в) применение голосовых помощников для консультаций

г) контроль сроков хранения с датчиками

95. При проведении инвентаризации коммерческий агент использует RFID-метки и мобильное приложение, синхронизированное с облачной базой данных. Какой навык он применяет?

а) выполнение торгово-технологических операций с использованием ИИ

б) приемка товаров по количеству и качеству

в) использование современных поисковых систем

г) соблюдение правил охраны труда

96. Установите соответствие между ситуацией и применяемым навыком:

Ситуация	Навык
1) Ответ на запрос клиента через мессенджер магазина	а) использование чат-ботов для обработки запросов
2) Настройка цифровых вывесок с учётом времени суток	б) применение цифровых вывесок с компьютерным зрением
3) Приемка партии молочной продукции с проверкой срока	в) контроль за сроками хранения с применением датчиков

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Знания:

составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

методов изучения рынка, анализа окружающей среды;

этапов маркетинговых исследований, их результат;

методы проведения маркетингового исследования;

психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.

97. Какой из перечисленных этапов является первым в процессе проведения маркетингового исследования?

а) сбор данных

б) определение проблемы и целей исследования
в) анализ и интерпретация данных
г) подготовка отчёта
98. Дополните предложение:
«Инструменты комплекса маркетинга, объединённые в модель «4P», включают: продукт, цену, продвижение и _____».
а) производство
б) персонал
в) место (дистрибуция)
г) прибыль
99. Установите соответствие между типом информации и её источником:

Тип информации	Источник
1) Первичная	а) отчёты государственных органов
2) Вторичная	б) данные опросов потребителей
	в) статистика Росстата

Ответ: 1–б, 2–а, в

Умения:

применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;

определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.

100. Коммерческий агент разрабатывает техническое задание для исследования восприятия новой упаковки товара целевой аудиторией. Какой из перечисленных элементов обязательно должен быть включён в такое задание?
а) список конкурентов
б) цели, задачи, методология и сроки исследования
в) финансовый отчёт компании
г) рекомендации по изменению цены
101. При проведении исследования рынка косметики для подростков агент использует онлайн-опрос, фокус-группы и анализ соцсетей. Какое умение он демонстрирует?
а) составление плана закупок
б) применение методов сбора и обработки маркетинговой информации
в) оформление договоров с поставщиками
г) расчёт рентабельности ассортимента
102. Установите соответствие между целью маркетингового исследования и подходящим инструментом комплекса маркетинга:

Цель исследования	Инструмент маркетинга
1) Оценить реакцию на новую цену	а) Price (Цена)
2) Изучить удобство расположения торговых точек	б) Place (Место/Дистрибуция)
3) Проверить эффективность рекламной кампании	в) Promotion (Продвижение)

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

выявления проблем и формулирования целей исследования; планирования проведения маркетингового исследования; определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;

поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.

103. На этапе планирования маркетингового исследования коммерческий агент определяет, что необходимо выяснить: «Какие факторы влияют на выбор покупателями детского питания?». Какой профессиональный навык он применяет?

а) поиск вторичной информации

б) выявление проблемы и формулирование целей исследования

в) согласование бюджета с бухгалтерией

г) оформление товарных накладных

104. Агент составляет график проведения полевого этапа исследования, назначает ответственных за сбор данных и утверждает формат анкет. Какой навык он демонстрирует?

а) подготовка процесса проведения маркетингового исследования

б) анализ конкурентоспособности товара

в) расчёт показателей эффективности ассортимента

г) использование цифровых платформ для заказа товаров

105. Установите соответствие между действием и соответствующим навыком:

Действие	Навык
1) Подбор методов (опрос, наблюдение, эксперимент)	а) определение маркетинговых инструментов
2) Согласование сроков и этапов с руководством	б) подготовка и согласование плана исследования
3) Анализ данных о покупательском поведении в разных регионах	в) поиск и обработка первичной и вторичной информации

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

Знания:

средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики.

106. Какой из перечисленных элементов НЕ входит в состав маркетинговых коммуникаций?

а) реклама

б) стимулирование сбыта

в) логистика доставки

г) паблик рилейшнз

107. Дополните предложение:

«Основная цель маркетинговых коммуникаций — это формирование _____ у целевой аудитории».

а) каналов дистрибуции

б) положительного имиджа и спроса на товар (услугу)

в) системы учёта затрат

г) внутренней отчётности

108. Установите соответствие между средством продвижения и его характеристикой:

Средство продвижения	Характеристика
1) Реклама	а) краткосрочные акции для стимулирования покупок
2) Стимулирование сбыта	б) платная форма неличной презентации товара
3) Прямые продажи	в) личное взаимодействие с клиентом для заключения сделки

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения:

обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.

109. Коммерческий агент анализирует данные о сезонных колебаниях спроса и использует метод скользящей средней для прогнозирования объёмов продаж на следующий квартал. Какое умение он демонстрирует?

а) разработку новых товаров

б) использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков

в) оформление договоров с поставщиками

г) управление складскими запасами

110. Для продвижения нового напитка компания запускает контентную кампанию в соцсетях, размещает баннеры в торговых центрах и проводит дегустации. Какое умение применяет коммерческий агент?

а) обеспечение продвижения товаров с использованием маркетинговых коммуникаций

б) расчёт себестоимости продукции

в) организация приёмки товара

г) ведение электронного документооборота

111. Установите соответствие между ситуацией и подходящим методом продвижения:

Ситуация	Метод продвижения
1) Необходимо быстро увеличить продажи в праздничный период	а) стимулирование сбыта (скидки, акции)
2) Требуется повысить узнаваемость бренда	б) реклама в СМИ и digital-каналах
3) Нужно получить обратную связь от клиентов	в) прямые маркетинговые коммуникации

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации.

112. Коммерческий агент предлагает внедрить CRM-систему для персонализации email-рассылок и автоматизации промо-акций. Какой навык он демонстрирует?

а) применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг)

б) расчёт показателей эффективности ассортимента

в) организация логистики поставок

г) проведение инвентаризации

113. Агент составляет рекомендации по запуску рекламы ВКонтакте для привлечения молодёжной аудитории. Какой навык он использует?

а) разработка предложений по улучшению системы продвижения

б) прогнозирование сбыта
в) оформление первичной документации
г) контроль сроков хранения товаров
114. Установите соответствие между платформой и её возможностью в системе продвижения:

Платформа	Возможность
1) Яндекс.Директ	а) таргетированная реклама по ключевым запросам
2) Telegram Business	б) рассылки и чат-боты для клиентской поддержки
3) Canva	в) создание визуального контента для рекламы

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

Знания:

порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен.

115. Какой из перечисленных документов является итоговым при проведении экспертизы цен?
а) товарная накладная
б) отчёт о ценовом анализе
в) платёжное поручение
г) акт приёмки-передачи
116. Дополните предложение:
«При составлении итогового документа по результатам ценового мониторинга указываются методология сбора данных, источники информации, выводы и _____».
а) реквизиты поставщика
б) рекомендации по корректировке ценовой политики
в) список сотрудников отдела продаж
г) данные о налоговых отчислениях
117. Установите соответствие между этапом работы с ценовой информацией и его содержанием:

Этап	Содержание
1) Сбор данных	а) занесение цен в электронную таблицу или базу данных
2) Систематизация	б) поиск актуальных цен на сайтах конкурентов и маркетплейсах
3) Анализ и оформление итогов	в) подготовка отчёта с выводами и рекомендациями

Ответ: 1–б, 2–а, 3–в

Умения:

обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных

118. Коммерческий агент использует парсер для автоматического сбора цен на аналогичные товары с пяти интернет-магазинов, а затем сравнивает их в Excel. Какое умение он демонстрирует?
а) оформление договоров поставки
б) обработку и анализ информации о ценах на товары
в) разработку рекламных кампаний

г) управление складскими запасами

119. При работе с корпоративной CRM-системой агент выгружает исторические данные о ценах и применяет фильтры по регионам и категориям товаров. Какое умение он использует?

а) работу с информационной базой данных

б) прогнозирование спроса

в) составление технических заданий

г) организацию выкладки товара

120. Установите соответствие между задачей и подходящим цифровым инструментом:

Задача	Инструмент
1) Автоматический сбор цен с сайтов	а) веб-парсер (например, ParseHub)
2) Хранение и структурирование ценовых данных	б) облачная база данных (Google Sheets, Airtable)
3) Визуализация динамики цен во времени	в) Power BI или Google Data Studio

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

121. Агент настраивает еженедельный мониторинг цен конкурентов с помощью сервиса «Яндекс.Маркет — Мониторинг цен» и формирует отчёт в облаке. Какой навык он демонстрирует?

а) проведение сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей с использованием ИИ-технологий

б) оформление первичной бухгалтерской документации

в) организацию доставки товаров

г) взаимодействие с клиентами через чат-бота

122. Для анализа сезонных колебаний цен на бытовую технику коммерческий агент использует API крупных онлайн-ритейлеров и загружает данные в систему Business Intelligence. Какой навык он применяет?

а) применение цифровых платформ для закупок

б) проведение сбора и систематизации цен с использованием информационных интеллектуальных технологий

в) разработку ассортиментной матрицы

г) контроль качества поступающего товара

123. Установите соответствие между действием и соответствующим навыком:

Действие	Навык
1) Настройка автоматического оповещения о снижении цены у конкурента	а) использование ИИ-технологий для мониторинга цен
2) Классификация собранных цен по категориям и брендам	б) систематизация ценовой информации
3) Подготовка сводной таблицы с рекомендациями по ценам	в) оформление итоговых документов по ценовой экспертизе

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках

Знания:

видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;

методов оценки конкурентной среды.

124. Какой из перечисленных показателей НЕ относится к оценке конкурентоспособности товара?

а) цена

б) качество

в) цвет упаковки

г) уникальные потребительские свойства

125. Дополните предложение:

«Метод SWOT-анализа используется для оценки _____ организации и её товаров на рынке».

а) финансовой отчётности

б) сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

в) логистических маршрутов

г) кадрового состава

126. Установите соответствие между видом конкуренции и его характеристикой:

Вид конкуренции	Характеристика
1) Ценовая	а) борьба за покупателя через снижение стоимости товара
2) Неценовая	б) выделение товара за счёт качества, сервиса, бренда
3) Монополистическая	в) на рынке присутствует один продавец без реальных аналогов

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

анализировать текущую рыночную конъюнктуру.

127. Коммерческий агент изучает данные о спросе, уровне цен, действиях конкурентов и изменениях в законодательстве на рынке детского питания. Какое умение он демонстрирует?

а) оформление экспортных деклараций

б) анализ текущей рыночной конъюнктуры

в) расчёт себестоимости продукции

г) управление складскими запасами

128. При подготовке выхода товара на европейский рынок агент анализирует требования к сертификации, уровень доходов населения и предпочтения потребителей. Это пример:

а) разработки новой упаковки

б) анализа рыночной конъюнктуры внешнего рынка

в) планирования логистики

г) проведения инвентаризации

129. Установите соответствие между методом анализа и его назначением:

Метод анализа	Назначение
1) Анализ «5 сил Портера»	а) оценка структуры и привлекательности отрасли
2) Benchmarking	б) сравнение показателей товара с лидерами рынка
3) PEST-анализ	в) изучение макроокружения (политика, экономика, технологии)

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.

130. Агент предлагает позиционировать новый энергетический напиток как «единственный с натуральным экстрактом женьшеня и без сахара», подчеркивая его отличие от аналогов. Какой навык он применяет?

а) установление конкурентных преимуществ товара

б) оформление договоров поставки

в) расчёт торговых наценок

г) организация приёмки товара

131. Для выхода на рынок стран СНГ коммерческий агент адаптирует маркетинговое сообщение, делая акцент на долговечности и ремонтопригодности техники — в соответствии с местными потребительскими приоритетами. Это демонстрирует навык:

а) логистического планирования

б) установления конкурентных преимуществ на внешнем рынке

в) работы с кассовым оборудованием

г) ведения бухгалтерской отчётности

132. Установите соответствие между стратегией и способом формирования конкурентного преимущества:

Стратегия	Способ формирования преимущества
1) Дифференциация	а) уникальные характеристики или сервис
2) Лидерство по издержкам	б) низкая себестоимость и цена
3) Фокусирование	в) ориентация на узкий сегмент рынка

Ответ: а) 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

Знания:

норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

роли и значения бизнес-плана; основных функций бизнес-плана; классификации основных типов бизнес-планов;

методологии и процессов развития бизнес-идеи;

порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью.

133. Какой из перечисленных разделов ОБЯЗАТЕЛЬНО входит в структуру стандартного бизнес-плана?

а) резюме проекта

б) личный дневник предпринимателя

в) список сотрудников с фотографиями

г) график отпусков

134. Дополните предложение:

«Бизнес-план выполняет функции планирования, управления и _____».

а) бухгалтерского учёта

б) привлечения инвестиций

в) оформления трудовых договоров

г) расчёта заработной платы

135. Установите соответствие между типом бизнес-плана и его целью:

Тип бизнес-плана	Цель
1) Внутренний	а) стратегическое управление и контроль внутри компании

2) Внешний	б) привлечение инвесторов или получение кредита
3) Отраслевой	в) адаптация под специфику конкретной сферы (например, HoReCa)

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

развивать идеи до бизнес-предложений;

оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;

оценивать риски, связанные с бизнесом;

анализировать бизнес-концепции;

предлагать идеи для дальнейшего развития;

применять методы принятия оптимальных решений;

находить аргументы в пользу идей;

принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;

обосновывать и оценивать цели и ценности;

представлять идеи, дизайн, видения и решения;

применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;

использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;

создавать деловые электронные презентации.

136. При разработке бизнес-идеи по открытию кофейни коммерческий агент учитывает экологические требования (раздельный сбор отходов, использование биоразлагаемой тары) и социальную ответственность (трудоустройство молодёжи). Какое умение он демонстрирует?

а) расчёт себестоимости напитков

б) учёт экологических и социальных аспектов при планировании бизнес-модели

в) оформление кассовых документов

г) организация доставки зерна

137. Агент использует программу «Бизнес-Старт» для расчёта точки безубыточности, прогноза выручки и формирования финансовой модели стартапа. Какое умение он применяет?

а) представление идей через деловые презентации

б) применение специализированных программных продуктов при разработке бизнес-плана

в) анализ конкурентной среды

г) составление договоров аренды

138. Установите соответствие между элементом бизнес-плана и его содержанием:

Элемент бизнес-плана	Содержание
1) Маркетинговый план	а) описание целевой аудитории, каналов продвижения и ценовой политики
2) Финансовый план	б) прогноз доходов, расходов, прибыли и денежных потоков
3) Описание продукции	в) характеристика товара или услуги, УТП, отличия от аналогов

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;

разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

139. Коммерческий агент обращается к официальному сайту ФНС России для уточнения кодов ОКВЭД и требований к регистрации ИП при подготовке бизнес-плана. Какой навык он демонстрирует?

а) использование информации специализированных сайтов для составления бизнес-плана

б) оформление первичной документации

в) проведение переговоров с поставщиками

г) управление складскими запасами

140. Для презентации бизнес-идеи инвесторам агент создаёт интерактивную электронную презентацию в PowerPoint с графиками, анимацией и ссылками на финансовую модель в Google Sheets. Какой навык он использует?

а) создание деловых электронных презентаций с применением ИКТ

б) расчёт налоговых отчислений

в) организация логистики

г) контроль качества продукции

141. Установите соответствие между задачей и подходящим программным продуктом:

Задача	Программный продукт
1) Расчёт финансовых показателей	а) Excel / Google Sheets
2) Создание визуальной презентации	б) PowerPoint / Canva
3) Автоматизированная разработка бизнес-плана	в) «Бизнес-Старт», «Project Expert»

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

Знания:

принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;

методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;

методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;

методов, способов и приемов для решения задач по анализу;

типов факторных моделей;

схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;

методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.

142. Какой из перечисленных показателей характеризует рентабельность продаж?

а) чистая прибыль / выручка × 100%

б) выручка / себестоимость × 100%

в) активы / собственный капитал

г) запасы / среднемесячный расход

143. Дополните предложение:
«Факторная модель, в которой результативный показатель представляется как произведение факторов, называется _____ моделью».
а) аддитивной
б) мультипликативной
в) кратной
г) логарифмической
144. Установите соответствие между группой показателей и их содержанием:

Группа показателей	Содержание
1) Финансовые результаты	а) прибыль, рентабельность, маржинальность
2) Эффективность использования ресурсов	б) фондоотдача, материалоотдача, производительность труда
3) Ликвидность и платёжеспособность	в) коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности ОС

Ответ: а) 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;

использовать методы экономического анализа;

анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;

оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами.

145. Коммерческий агент использует данные бухгалтерской отчётности для расчёта рентабельности активов и фондоотдачи. Какое умение он демонстрирует?
а) оформление договоров поставки
б) сбор и анализ исходных данных для расчёта экономических показателей
в) разработку рекламной кампании
г) управление складскими запасами
146. При анализе эффективности работы интернет-магазина агент применяет метод цепных подстановок для оценки влияния изменения среднего чека и количества заказов на выручку. Какое умение он использует?
а) использование методов экономического анализа
б) прогнозирование спроса
в) составление технического задания
г) ведение переговоров с поставщиками
147. Установите соответствие между задачей анализа и подходящим программным инструментом:

Задача анализа	Программный продукт
1) Расчёт и визуализация динамики прибыли	а) Microsoft Excel / Google Sheets
2) Автоматизированный финансовый анализ	б) «Анализ Хозяйственной Деятельности» (1С)
3) Подготовка отчёта с графиками и выводами	в) PowerPoint / Power BI

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

148. Агент вводит данные о выручке, расходах и активах в шаблон Excel и автоматически рассчитывает ключевые показатели: ROI, рентабельность продаж и оборачиваемость активов. Какой навык он демонстрирует?
а) расчёт показателей эффективности с применением программных продуктов
б) оформление первичной документации
в) организация логистики
г) работа с клиентами через CRM
149. Для сравнения эффективности двух торговых точек коммерческий агент строит сводную таблицу в Google Sheets с расчётом прибыли на квадратный метр площади и среднего чека. Это пример применения навыка:
а) проведения переговоров
б) расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности с использованием цифровых инструментов
в) разработки ассортиментной политики
г) контроля сроков хранения товаров
150. Установите соответствие между показателем эффективности и его формулой:

Показатель	Формула
1) Рентабельность продаж (ROS)	а) Чистая прибыль / Выручка × 100%
2) Фондоотдача	б) Выручка / Среднегодовая стоимость ОС
3) ROI (рентабельность инвестиций)	в) Чистая прибыль / Инвестиции × 100%

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

Знания:

методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации;

спектра специализированных программных продуктов;

интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;

инновационных средств и устройств информатизации;

порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности.

151. Какой из перечисленных программных продуктов НАИБОЛЕЕ подходит для анализа и оптимизации затрат в торговле?
а) Microsoft Word
б) 1С:Управление торговлей
в) Adobe Photoshop
г) Telegram
152. Дополните предложение:
«Интерфейс автоматизированной системы сбора и обработки экономической информации обеспечивает _____ между пользователем и программным обеспечением».
а) печать документов
б) удобное взаимодействие и визуализацию данных
в) доставку товаров
г) оформление трудовых договоров
153. Установите соответствие между инновационным средством информатизации и его функцией в предпринимательской деятельности:

Средство информатизации	Функция

1) Системы бизнес-аналитики (BI)	а) анализ больших массивов данных для принятия решений
2) Облачные ERP-системы	б) интеграция финансового, складского и торгового учёта
3) Мобильные терминалы сбора данных	в) оперативный учёт остатков и движения товаров на складе

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;

оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;

предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации.

154. На основе анализа отчёта в 1С коммерческий агент предлагает сократить ассортимент низкорентабельных товаров и увеличить закупки хитов продаж. Какое умение он демонстрирует?

а) разработку мер по повышению рентабельности и конкурентоспособности продукции

б) оформление первичной документации

в) организацию рекламной кампании

г) управление кадрами

155. Агент предлагает внедрить систему электронного документооборота для сокращения времени согласования заказов и снижения расходов на бумагу и хранение. Это пример:

а) предложения организационно-управленческого решения для повышения экономической эффективности

б) расчёта налоговых отчислений

в) планирования логистики

г) проведения инвентаризации

156. Установите соответствие между проблемой и возможным мероприятием по её решению:

Проблема	Мероприятие
1) Высокие потери при хранении овощей	а) внедрение IoT-датчиков контроля температуры и влажности
2) Низкая производительность труда продавцов	б) обучение персонала и внедрение CRM-системы
3) Избыточные складские запасы	в) оптимизация заказов с использованием ABC-анализа

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

157. После анализа данных о продажах агент рекомендует перейти на энергосберегающее освещение в торговом зале и установить «умные» термостаты для снижения коммунальных расходов. Какой навык он применяет?

а) определение мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности

б) оформление договоров аренды

в) организация доставки
г) работа с социальными сетями
158. Для снижения издержек на логистику агент предлагает объединять заказы нескольких магазинов в одну доставку и использовать маршрутные листы, формируемые в системе GPS-мониторинга. Это демонстрирует навык:
а) ведения бухгалтерской отчётности
б) определения мероприятий по оптимизации использования материальных и финансовых ресурсов
в) разработки упаковки товара
г) проведения переговоров с клиентами
159. Установите соответствие между направлением повышения эффективности и конкретным мероприятием:

Направление	Мероприятие
1) Экономия ресурсов	а) переход на безналичные расчёты и онлайн-кассы
2) Повышение производительности труда	б) внедрение планшетов для приёмки товара
3) Снижение операционных издержек	в) централизованная закупка канцелярии и расходников

Ответ: 1–в, 2–б, 3–а

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

Знания:

рисков: понятия и видов;
методов оценки риска, связанных с бизнесом;
мер снижения риска, связанных с бизнесом;
методов оценки выполнимости бизнес-идеи;
основных способов анализа и оценки рисков;
состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности.

160. Какой из перечисленных рисков относится к финансовым рискам?
а) снижение спроса из-за изменения моды
б) неспособность компании погасить краткосрочную кредиторскую задолженность
в) уход ключевого сотрудника
г) сбой в работе сайта из-за хакерской атаки
161. Дополните предложение:
«Метод анализа чувствительности позволяет оценить, как изменение _____ влияет на финансовую устойчивость проекта».
а) ключевых параметров (цены, объёма продаж, затрат)
б) логотипа компании
в) графика работы персонала
г) цвета упаковки товара
162. Установите соответствие между видом риска и его характеристикой:

Вид риска	Характеристика
1) Рыночный риск	а) колебания спроса, цен, конкуренции
2) Операционный риск	б) ошибки в управлении, сбои в технологических процессах
3) Юридический риск	в) изменения в законодательстве или судебные разбирательства

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Умения:

собирать информацию о бизнес-проблемах;

анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

163. Коммерческий агент изучает бухгалтерский баланс и отчёт о финансовых результатах компании и замечает резкое увеличение дебиторской задолженности. Какой риск он может выявить?

а) риск снижения качества продукции

б) риск ухудшения ликвидности и проблем с оборотным капиталом

в) риск потери поставщика

г) риск роста арендной платы

164. Агент проводит интервью с менеджерами отдела продаж и выясняет, что клиенты всё чаще отказываются от оплаты из-за несвоевременной доставки. Какое умение он демонстрирует?

а) сбор информации о бизнес-проблемах

б) расчёт рентабельности

в) разработку рекламной кампании

г) оформление первичной документации

165. Установите соответствие между методом оценки рисков и его назначением:

Метод оценки рисков	Назначение
1) SWOT-анализ	а) выявление внутренних и внешних угроз и возможностей
2) Анализ сценариев	б) моделирование различных вариантов развития событий
3) Матрица вероятность/влияние	в) ранжирование рисков по степени опасности

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

Навыки:

сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

166. Агент анализирует отзывы клиентов в соцсетях и отзывает на маркетплейсах, выявляя повторяющиеся жалобы на повреждённую упаковку при доставке. Какой навык он применяет?

а) определение операционных рисков на основе собранной информации

б) расчёт налоговых отчислений

в) организация складского учёта

г) разработка нового логотипа

167. При подготовке к запуску нового продукта агент составляет список возможных рисков: от задержек поставок до негативной реакции потребителей — и предлагает меры их минимизации. Это пример навыка:

а) сбора информации о бизнес-проблемах и определения рисков предпринимательской единицы

б) ведения переговоров с инвесторами

в) оформления таможенной декларации

г) управления персоналом

168. Установите соответствие между источником информации и типом выявляемых рисков:

Источник информации	Тип риска
1) Финансовая отчётность	а) финансовый и ликвидность-риски
2) Отзывы клиентов и рейтинги	б) репутационные и рыночные риски

3) Изменения в законодательстве (на сайте pravo.gov.ru)	в) юридические и регуляторные риски

Ответ: 1–а, 2–б, 3–в

ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению

Знания:

основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;

основы веб-технологии;

основы веб-дизайна;

основы компьютерной грамотности;

методы обработки текстовой информации;

правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;

основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;

правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;

основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;

особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

особенности функционирования современных поисковых машин;

правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.

169. Какой из перечисленных элементов напрямую влияет на индексацию сайта поисковыми системами и должен быть уникальным для каждой страницы?

а) Логотип компании

б) Тег

в) Цвет фона

г) Шрифт заголовков

170. Что такое CMS в контексте веб-сайтов?

а) Система мониторинга конкурентов

б) Система управления содержимым (Content Management System)

в) Компьютерная маркетинговая стратегия

г) Центр мобильных сервисов

171. Дополните фразу:

«Файл sitemap.xml содержит структуру сайта и помогает поисковым роботам быстрее находить и _____ все важные страницы».

Ответ: индексировать

Умения:

выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;

документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;

формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);

выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;

выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;

использовать инструменты для проведения технического аудита.

172. При анализе сайта вы обнаружили, что при открытии карточки товара URL не меняется (динамическая подгрузка без изменения адреса). Как это может повлиять на SEO?

а) Ускорит загрузку

б) Поисковый робот не сможет проиндексировать отдельные товары, так как у них нет уникального URL

в) Повысит конверсию

г) Упростит администрирование

173. В ходе сравнения с сайтом конкурента вы заметили, что у него все изображения имеют атрибут с описанием товара, а у вашего сайта — пустые или отсутствуют. Какое предложение по исправлению вы внесёте?

а) Удалить все картинки

б) Добавить информативные текстовые альтернативы ко всем изображениям товаров для улучшения доступности и SEO

в) Заменить фото на GIF-анимации

г) Сделать все одинаковыми: «товар»

174. Соотнесите ошибку и рекомендуемый способ её документирования в отчёте по техническому аудиту:

№	Ошибка	Способ
1	Медленная загрузка главной страницы (6.8 сек)	а) Зафиксировать как техническую проблему: «Время загрузки превышает рекомендованное (более 3 сек)»
2	Отсутствие кнопки «Назад к каталогу» в карточке товара	б) Указать как проблему юзабилити: «Пользователь теряет ориентацию в каталоге»
3	Дублирование мета-описаний на 50% страниц	в) Зафиксировать как SEO-ошибку: «Снижена уникальность страниц, риск дублей»

Навыки:

проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;

проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;

проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.

175. Вы проводите технический аудит сайта и обнаруживаете, что при переходе по внутренним ссылкам часто возникает ошибка 500. Какой инструмент вы используете для массовой проверки кодов ответа сервера?

а) Google Docs

б) Screaming Frog SEO Spider

в) Paint.NET

г) WhatsApp

176. При аудите юзабилити интернет-магазина вы отмечаете: пользователь не может понять, находится ли товар в наличии, пока не нажмёт «Купить». Это нарушает принцип:

а) Визуальной симметрии

б) Прозрачности информации (важные данные должны быть видны без дополнительных действий)

в) Цветовой гармонии

г) Анимационной привлекательности

177. При оценке визуально-эстетического решения сайта вы замечаете: разный стиль кнопок, несогласованные цвета, отсутствие единой типографики. Какой вывод вы сделаете?

а) Сайт оптимизирован под голосовой поиск

б) Сайт вызывает когнитивную нагрузку и снижает доверие пользователя

в) Такой дизайн повышает время сессии

г) Это признак высокой технической готовности к продвижению

ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»

Знания:

внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;

особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;

стандартов делового общения в письменной и устной форме;

особенностей функционирования современных поисковых машин;

правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;

правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);

методов обработки текстовой и графической информации;

основ копирайтинга и веб-райтинга.

178. Что такое «поисковый запрос с длинным хвостом» (long-tail query)?

а) Запрос из одного слова

б) Сложный, конкретный запрос из 3–5+ слов с низкой частотностью, но высокой конверсией

в) Запрос на иностранном языке

г) Запрос, содержащий опечатку

179. Дополните фразу:

«Файл robots.txt размещается в корневом каталоге сайта и определяет правила индексации для поисковых роботов, например, запрещая _____ служебных папок

Ответ: сканирование

180. Что из перечисленного НЕ относится к критериям юзабилити (эргономичности) веб-сайта?

а) Быстрая загрузка страниц

б) Интуитивно понятная навигация

в) Наличие анимированного баннера с мигающим текстом

г) Адаптивность под мобильные устройства

Умения:

определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;

составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;

актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";

анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;

составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;

анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.

181. При анализе поведения пользователей выяснилось, что 70% посетителей покидают сайт после просмотра главной страницы. Какой фактор наиболее вероятно вызывает такое поведение?

а) Слишком много кнопок

б) Несоответствие содержимого сайта ожиданиям пользователя по запросу (низкая релевантность)
в) Использование шрифта Arial
г) Отсутствие музыки на сайте
182. Вам нужно составить семантическое ядро для сайта по продаже кофемашин. Какой из перечисленных запросов наименее релевантен тематике?
а) «купить кофемашину автоматическую»
б) «лучшая кофемашина для дома 2026»
в) «ремонт стиральной машины на дому»
г) «кофемашина De'Longhi цена»
183. Соотнесите задачу и соответствующее умение:

№	Задача	Умения
1	Проверить, соответствует ли список ключевых слов техническому заданию заказчика	а) Анализировать список ключевых слов на соответствие техническому заданию
2	Определить, почему сайт конкурента выше в выдаче по запросу «офисная мебель»	б) Анализировать факторы, влияющие на позиции сайтов в поисковой выдаче
3	Обновить данные о том, какие запросы используют покупатели бытовой техники	в) Актуализировать информацию о поведении пользователей в интернете

Навыки:
анализа поисковой выдачи;
анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
определения стратегии поискового продвижения;
проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
184. При анализе поисковой выдачи по запросу «заказать пиццу с доставкой» вы видите, что в топ-3 доминируют сайты с онлайн-калькулятором стоимости и кнопкой «Заказать за 1 клик». Это говорит о том, что поисковая система учитывает:
а) Количество изображений
б) Поведенческие факторы и удобство оформления заказа
в) Наличие блога
г) Цвет логотипа
185. Вы анализируете присутствие компании в интернете и обнаруживаете, что при поиске по названию фирмы в выдаче появляются только отзывы на сторонних площадках, а официальный сайт — на 5-й странице. Какой вывод вы сделаете?
а) Компания не ведёт бизнес
б) Слабая SEO-оптимизация сайта и низкий уровень доверия поисковых систем к домену
в) У компании нет конкурентов
г) Это нормально для малого бизнеса
186. При проверке семантического ядра вы обнаружили, что 40% ключевых слов имеют нулевую частотность в поиске. Какой навык вы применяете для корректировки?
а) Навык создания логотипа

б) Навык проверки и корректировки списка ключевых слов на основе данных аналитики (например, Яндекс.Wordstat, Google Keyword Planner)
в) Навык написания пресс-релизов
г) Навык ведения переговоров

ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети «Интернет»

Знания:

основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.

187. Какой принцип юзабилити особенно важен для лендинга, используемого в контекстной рекламе?
а) Наличие анимированных баннеров
б) Минимизация количества шагов до целевого действия (например, заявки или покупки)
в) Использование большого количества шрифтов
г) Размещение контактной информации только в футере
188. Что такое «медийная реклама»?
а) Реклама только в поисковой выдаче
б) Реклама на сайтах-партнёрах (баннеры, видео, интеграции), направленная на повышение узнаваемости бренда
в) Рассылка по email-базе
г) Посты в личном блоге сотрудника
189. Дополните фразу:
«При редактировании рекламного текста важно соблюдать чёткость, лаконичность, призыв к действию (CTA) и соответствие интересам _____».

Ответ: целевой аудитории

Умения:

определять маркетинговые стратегии;
составлять smm-стратегии;
составлять контент-планы;
создавать стратегии продвижения;
сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.

190. Компания продаёт профессиональные фены для парикмахеров. Какой подход к сегментации аудитории будет наиболее эффективен для медийной кампании?
а) По возрасту всех пользователей 18–65 лет
б) По интересам и профессиональной принадлежности: владельцы салонов, мастера, обучающиеся в колледжах красоты
в) По геолокации всех городов РФ
г) По количеству подписчиков в соцсетях
191. При разработке стратегии продвижения нового энергетического напитка для студентов вы решили использовать ВКонтакт. Это пример:
а) Контекстной рекламы в Яндекс.Директ
б) SMM-стратегии, ориентированной на молодёжную аудиторию через видеоконтент
в) Email-маркетинга
г) Офлайн-промоакции
192. Соотнесите тип кампании и её основную цель:

№	Тип кампании	Цели
1	Контекстная реклама	а) Привлечение пользователей, уже ищущих товар/услугу (высокая конверсия)

2	Медийная реклама	б) Повышение узнаваемости бренда, формирование имиджа
3	SMM-кампания	в) Вовлечение аудитории, создание сообщества, взаимодействие

Навыки:

определения стратегии продвижения в социальных сетях.

193. Вы анализируете конкурентов в нише онлайн-курсов по дизайну и замечаете, что лидеры активно используют сторис с отзывами учеников и прямые эфиры с преподавателями. Какую стратегию продвижения в соцсетях вы предложите?

а) Публиковать только промо-посты с ценами

б) Создать контент-план с акцентом на живое общение, социальное доказательство и демонстрацию результатов обучения

в) Запустить только таргетированную рекламу без органики

г) Отказаться от соцсетей в пользу Google Ads

194. При составлении контент-плана для бренда спортивного питания вы включаете рубрики: «Рецепты протеиновых коктейлей», «Тренировки дома», «Отзывы клиентов». Это демонстрирует навык:

а) Написания технической документации

б) Создания релевантного и полезного контента, соответствующего интересам ЦА

в) Настройки ретаргетинга

г) Верстки HTML-писем

195. Для запуска медийной кампании по продвижению туристических туров вы выбираете тематические сайты (путеводители, блоги путешественников) и YouTube-каналы о путешествиях. Это проявление навыка:

а) Анализа финансовой отчётности

б) Определения эффективных каналов медийного продвижения на основе интересов целевой аудитории

в) Составления договоров с партнёрами

г) Разработки фирменного стиля

ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество

Знания:

перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;

особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.

196. Какой из перечисленных инструментов НЕ является рекламным механизмом показа объявлений в социальных медиа?

а) Таргетированная реклама

б) Ретаргетинг

в) SEO-оптимизация сайта

г) Продвижение публикаций (boost)

197. В какой российской социальной сети основной инструмент запуска рекламы называется «Рекламный кабинет ...»?

а) Одноклассники

б) ВКонтакте

в) Telegram

г) TikTok

198. Дополните фразу:
«Ретаргетинг в социальных сетях позволяет показывать рекламу пользователям, которые уже _____с сайтом, сообществом или приложением бренда».

Ответ: взаимодействовали

Умения:

разрабатывать уникальные торговые предложения;
разрабатывать рекламные модули;
создавать стратегии продвижения;
сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
обосновывать выбор целевой аудитории;
создавать тексты и рекламные слоганы.

199. Бренд продаёт онлайн-курсы по подготовке к ЕГЭ. Какое УТП будет наиболее убедительным для родителей старшеклассников?
а) «Много видеоуроков»
б) «95% наших учеников сдали профильную математику на 70+ баллов — результат подтверждён Рособрнадзором»
в) «Низкая цена»
г) «Удобный сайт»
200. При запуске кампании во ВКонтакте для привлечения подписчиков в сообщество о здоровом питании вы выбираете аудиторию: женщины 25–45 лет, интересующиеся «ЗОЖ», «рецептами» и «похудением». Это демонстрирует умение:
а) Писать технические задания
б) Обоснованно сегментировать целевую аудиторию на основе интересов и демографии
в) Верстать email-рассылки
г) Анализировать финансовые отчёты
201. Соотнесите задачу и соответствующий элемент рекламного модуля:

№	Задача	Элемент
1	Привлечь внимание	а) Яркое изображение, цепляющий заголовок (например, «Хватит голодать!»)
2	Вызвать доверие	б) Отзывы, статистика, сертификаты
3	Подтолкнуть к действию	в) Кнопка «Подписаться», «Присоединиться», «Получить бесплатно»

Навыки:

размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;

размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».

202. Вы создаёте рекламное объявление во ВКонтакте для продвижения Telegram-канала с карьерными советами для студентов. Какой формат объявления вы выберете?
а) Только текст без изображения
б) Медийное объявление с превью канала, кратким описанием и кнопкой «Перейти в Telegram»
в) Аудиорекламу
г) Опрос без ссылки
203. При размещении текстового объявления в рекламном кабинете ВКонтакте вы указываете: заголовок, основной текст, описание и призыв к действию. Это демонстрирует навык:

а) Ведения переговоров с блогерами
б) Размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа
в) Написания пресс-релизов
г) Настройки email-рассылок
204. Для продвижения сообщества о домашнем ремонте вы запускаете кампанию во ВКонтакте с коротким видео: «Как за 10 минут устранить течь в кране». Это пример применения навыка:
а) Анализа конкурентов
б) Размещения медийных (видео) рекламных объявлений в социальных медиа
в) Составления договоров
г) Проведения офлайн-мероприятий

ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

Знания:
основ разработки и поддержки сайтов/лендингов;
основ гипертекстовой разметки;
стандартов верстки веб-сайтов;
принципиальных отличий лендингов от сайтов;
сервисов для автоматизации рассылок.

205. Чем принципиально отличается лендинг от многостраничного сайта?
а) Лендинг всегда дешевле
б) Лендинг ориентирован на одну цель (например, заявку или покупку), содержит минимум навигации и один призыв к действию
в) Лендинг не может содержать изображений
г) Лендинг создаётся только вручную
206. Какой язык гипертекстовой разметки используется для создания структуры веб-страниц, включая лендинги?
а) CSS
б) HTML
в) JavaScript
г) PHP
207. Дополните фразу:
«Сервисы автоматизации email-рассылок, такие как Mailchimp, SendPulse или UniSender, позволяют настраивать цепочки писем, сегментировать базу и отслеживать _____».
Ответ: открываемость

Умения:
создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
различать виды текстов;
рассчитать бюджет на создание лендинга;
писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;
определять CTA для лендингов;
работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
создавать уникального торгового предложения для определенных задач;
работать с сервисами рассылок.

208. Заказчик хочет создать лендинг для продажи онлайн-курса по финансовой грамотности. Какой элемент обязательно должен быть указан в техническом задании?
а) Цветовая палитра логотипа конкурента

б) Целевое действие (CTA): например, «оформить заявку на курс»
в) Количество постов в Instagram
г) Список сотрудников компании
209. При составлении ТЗ на лендинг вы указываете: «На странице должна быть форма с полями: имя, телефон, email; кнопка „Получить доступ“; интеграция с CRM и отправка данных в Google Таблицу». Это демонстрирует умение:
а) Писать рекламные слоганы
б) Писать техническое задание на создание лендинга для сторонней команды
в) Настраивать таргетированную рекламу
г) Вести бухгалтерию
210. Соотнесите задачу и соответствующий элемент технического задания:

№	Задача	Элемент
1	Описать, что должно происходить после нажатия кнопки	а) Описание пользовательского сценария / CTA
2	Указать, какой текст разместить в блоке «Преимущества»	б) Контент-требования (тексты, УТП, социальное доказательство)
3	Определить, с какими системами интегрировать форму	в) Технические требования (интеграции, аналитика, API)

Навыки:
разработки лендинга.
211. Вы используете бесплатный конструктор Tilda или LPgenerator для создания одностраничника по продаже электронной книги. Это демонстрирует навык:
а) Ведения переговоров с заказчиком
б) Работы с бесплатными сервисами создания лендингов
в) Написания договоров
г) Настройки SEO
212. При разработке лендинга вы добавляете блок с отзывами, гарантией возврата денег и счётчиком оставшихся мест. Это проявление навыка:
а) Разработки лендинга с учётом повышения доверия и конверсии
б) Верстки на чистом HTML без визуальных редакторов
в) Аудита юзабилити
г) Анализа конкурентов в TikTok
213. Рассчитайте бюджет на создание лендинга: дизайн — 10 000 ₽, верстка — 8 000 ₽, интеграция с CRM — 5 000 ₽, тестирование — 2 000 ₽.
а) 20 000 ₽
б) 25 000 ₽
в) 30 000 ₽
г) 35 000 ₽

ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Знания:
методов обработки текстовой информации и графической информации.
214. Какой метод обработки графической информации используется для визуализации динамики конверсии по дням в отчёте по рекламной кампании?
а) Текстовая сводка
б) Построение линейного графика
в) Аудиозапись
г) Ручное копирование данных в блокнот

215. Для чего в аналитике применяется сегментация пользователей по источнику трафика (например, «контекстная реклама», «соцсети», «прямые заходы»)?
а) Чтобы увеличить расходы на рекламу
б) Чтобы оценить эффективность каждого канала привлечения и оптимизировать бюджет
в) Чтобы скрыть данные от заказчика
г) Чтобы уменьшить количество посетителей
216. Дополните фразу:
«Обработка текстовой информации при подготовке аналитического отчёта включает структурирование данных, выделение ключевых выводов и формулирование _____ на основе фактов».
Ответ: рекомендаций

Умения:

составлять информационно-аналитические справки;

оформлять отчетные документы.

217. В ходе анализа контекстной кампании вы обнаружили, что показатель CTR (click-through rate) у одного из объявлений — 0,2%, тогда как в среднем по нише — 2%. Какой заголовок вы выберете для раздела информационно-аналитической справки?
а) «Реклама работает отлично!»
б) «Низкая кликабельность объявления требует переработки текста и визуала»
в) «Трафик растёт»
г) «Бюджет исчерпан»
218. При оформлении отчётного документа по итогам медийной кампании вы включаете: цели, использованные каналы, KPI, фактические результаты, выводы и рекомендации. Это демонстрирует умение:
а) Писать художественные рассказы
б) Оформлять отчётные документы по стандартам digital-аналитики
в) Настраивать рекламные кабинеты
г) Вести переговоры с блогерами
219. Соотнесите тип документа и его основную функцию:

№	Документ	Функции
1	Информационно-аналитическая справка	в) Глубокий анализ причин отклонений от плана и факторов влияния
2	Отчёт по рекламной кампании	б) Демонстрация выполнения KPI, расходов, охвата, конверсий
3	Презентация для заказчика	в) Наглядное и краткое представление ключевых результатов и рекомендаций

Навыки:

анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;

составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

220. Вы анализируете поведение пользователей, пришедших по объявлению из Яндекс.Директ на лендинг, и видите, что 80% покидают страницу за 10 секунд без прокрутки. Какой элемент сайта вы в первую очередь проверяете?
а) Цвет логотипа
б) Соответствие заголовка и текста объявления содержанию лендинга (релевантность)
в) Количество изображений в галерее
г) Наличие favicon
221. При анализе эффективности контекстно-медийной кампании вы рассчитываете CPA (стоимость целевого действия) = 1 200 ₽, а LTV (пожизненная ценность клиента) = 4 500 ₽. Какой вывод вы сделаете?
а) Кампанию нужно немедленно остановить
б) Кампания рентабельна, так как LTV > CPA, можно увеличить бюджет
в) Нужно сменить товар
г) Реклама неэффективна
222. Вы выделили сегмент «женщины 25–35 лет, интересующиеся ЗОЖ», и обнаружили, что их конверсия в покупку в 3 раза выше, чем у других групп. В отчёте вы рекомендуете увеличить долю таргетинга на этот сегмент. Это демонстрирует навык:
а) Верстки HTML-писем
б) Составления отчётов по результатам выделения сегментов целевой аудитории
в) Настройки CRM-системы
г) Написания УТП