

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова А. Г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по дисциплине**  
**Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере**

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2

## Введение

1. Назначение: оценить уровень сформированности компетенций при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере» студентов.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере».
3. Разработчик: Кальная А.Ю., доцент кафедры государственного, муниципального управления и экономики труда.
4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель - Рубежной А.А. – председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии:

Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует образовательной программе и рекомендуется для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

**1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Компетенция(ии), индикатор(ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</i>				
<p>Результаты обучения по дисциплине (модулю):</p> <p><i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-2. Формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач</p>	не способен определить проблему, на решение которой направлен проект, не может грамотно сформулировать цель проекта	определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи, но не в полном объеме	определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи	на высоком уровне и в полном объеме определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи
<p>ИД-2 УК-2. Разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p>	не способен выстраивать этапы работы над проектом	слабо, с ошибками выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации	выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации	самостоятельно на высоком уровне выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации

ИД-3 Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов	УК-2. не способен проектировать решение конкретных задач проекта	слабо и с ошибками проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения	проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, но не в полном объеме учитывает действующие правовые нормы и имеющиеся ресурсы и ограничения	самостоятельно и на высоком уровне проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
--	---	--	---	--

Компетенция(ии), индикатор(ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов

*Компетенция:* УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Результаты обучения по дисциплине (модулю):  <i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-3. Участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи	не способен определять участников проекта и организовать эффективную коммуникацию внутри команды, не планирует и не реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг) по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при	определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при	определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при	на высоком уровне определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной
---	---	--	--	---

	твию с покупателя ми при продвижен ии продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленн ой задачи	совместной работе в рамках поставленной задачи, но не в полном объеме	совместной работе в рамках поставленной задачи	работе в рамках поставленной задачи
--	---	---	---	---

## 1. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере», соотнесенные с индикаторами достижения компетенций УК-2 и УК-3, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Для получения зачета необходимо пройти мероприятия текущего контроля успеваемости в семестре на оценку не ниже «удовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

### Оценочные средства для проверки уровня сформированности компетенций

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
<b>Семестр 2</b>			
<b>Тестовые задания</b>			
1.	a,b,d	<p>К коммерческим организациям относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) государственные и муниципальные унитарные предприятия;</li> <li>b) производственные кооперативы;</li> <li>c) потребительские кооперативы;</li> <li>d) хозяйственные товарищества и общества.</li> </ul>	УК-2
2.	b	<p>Участники ООО отвечают по обязательствам общества:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) всем своим имуществом, даже после выхода из числа участников, в течение 2 лет;</li> <li>b) в пределах своих вкладов;</li> <li>c) субсидиарная ответственность.</li> </ul>	УК-2
3.	c	<p>Бюджет предпринимательского проекта — это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) себестоимость продукции проекта;</li> <li>b) объем всех затрат, необходимых и достаточных для успешной реализации проекта;</li> <li>c) структура, состав и значение статей расходов, необходимых для реализации проекта, и статей доходов, возникающих в результате проекта.</li> </ul>	УК-2
4.	a	<p>Текущие затраты предпринимательского проекта – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) это ежемесячные расходы на реализацию проекта;</li> <li>b) это расходы в проект, вкладываемые на первоначальном этапе до начала реализации проекта.</li> </ul>	УК-2
5.	b	<p>Текущие затраты предпринимательского проекта делятся на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) затраты на запуск проекта и его реализацию;</li> <li>b) постоянные и переменные;</li> <li>c) на прямые и портфельные;</li> <li>d) на реальные и финансовые</li> </ul>	УК-2

6.	a	Выручка от реализации в предпринимательском проекте– это: а) совокупность денежных средств в наличной и безналичной форме, поступивших за отгруженную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги и проданные товары; б) положительное сальдо между доходами и расходами проекта; в) средства на счетах; г) средства в расчетах	УК-2
7.	a,b,f	К заемным источникам финансирования предпринимательской деятельности относятся: а) средства от эмиссии облигаций; б) налоговый кредит; в) внутрихозяйственные резервы; г) амортизационные отчисления; д) прибыль; е) кредиты; ж) средства от размещения обыкновенных акций	УК-2
8.	b,c	Собственными финансовыми ресурсами в предпринимательском проекте являются: а) целевое финансирование, средства, привлеченные путем размещения акций на бирже; б) уставный капитал, страховое возмещение по наступившим рискам; в) прибыль от реализации основных средств и других активов, амортизационные отчисления, нераспределенная прибыль прошлых лет; г) все перечисленное.	УК-2
9.	a	Основным источником дохода, за счет которого покрываются текущие расходы и формируется прибыль в предпринимательском проекте, является: а) выручка от реализации продукции (работ, услуг); б) прочая реализация; в) внереализационные доходы	УК-2
10.	c	Прибылью в предпринимательском проекте являются: а) средства, полученные от реализации продукции (работ,услуг), основных средств, нематериальных активов; б) разница между средствами, полученными от покупателей, и средствами, уплаченными поставщикам; в) разница между всеми доходами и расходами предприятия в отчетном периоде.	УК-2
11.	c	Метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками проекта таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики - это: а) диверсификация;	УК-2

		<ul style="list-style-type: none"> <li>b) лимитирование;</li> <li>c) распределение;</li> <li>d) объединение</li> </ul>	
12.	b	<p>При анализе и оценке рисков предпринимательского проекта используется:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) метод критического пути;</li> <li>b) метод дерева решений;</li> <li>c) симплекс-метод.</li> </ul>	УК-2
13.	a	<p>Присущ ли риск социальному предпринимательству?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства;</li> <li>b) да, но лишь в условиях кризисов и инфляции;</li> <li>c) нет</li> </ul>	УК-2
14.	c	<p>Целью предпринимательства является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах;</li> <li>b) пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями;</li> <li>c) систематическое получение прибыли</li> </ul>	УК-2
15.	b	<p>Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) риск, прибыль, потребности, конкуренция;</li> <li>b) риск, прибыль, инициатива, инновации;</li> <li>c) конкуренция, прибыль, налоги</li> </ul>	УК-2
16.	b	<p>Субъектами социального предпринимательства могут быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) физические лица;</li> <li>b) физические и юридические лица;</li> <li>c) юридические лица</li> </ul>	УК-2
17.	ф	<p>Основой государственного предпринимательства являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) унитарные муниципальные предприятия;</li> <li>b) стратегически важные предприятия и учреждения;</li> <li>c) банковские структуры</li> </ul>	УК-2
18.	b	<p>В какой форме регистрируют индивидуальное предпринимательство?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) юридическое лицо;</li> <li>b) физическое лицо;</li> <li>c) совместная деятельность</li> </ul>	УК-2
19.	a	<p>Кого относят к юридическим лицам?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) фирмы, предприятия, организации;</li> </ul>	УК-2

		<ul style="list-style-type: none"> <li>b) работников;</li> <li>c) безработных</li> </ul>	
20.	с	<p>Участники акционерного общества – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) экзекуторы;</li> <li>b) товарищи;</li> <li>c) акционеры</li> </ul>	УК-2
21.	а	<p>Риск в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) вероятность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли, дохода, денежных средств и имущества в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами или допущенными ошибками;</li> <li>b) результат человеческого труда: продукция, работы, услуги, научное открытие, идея и т.д. количество продукции, которое не позволит предприятию выйти из зоны прибыли</li> </ul>	УК-2
22.	а,б,с	<p>К средствам разрешения рисков в предпринимательском проекте относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) удержание;</li> <li>b) передача;</li> <li>c) избежание;</li> <li>d) объединение;</li> <li>e) страхование</li> </ul>	УК-2
23.	а,б,с,д	<p>К приемам снижения степени риска в предпринимательском проекте относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) диверсификация;</li> <li>b) объединение;</li> <li>c) распределение;</li> <li>d) лимитирование;</li> <li>e) передача;</li> <li>f) избежание</li> </ul>	УК-2
24.	а	<p>Метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками проекта таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) распределение;</li> <li>b) диверсификация;</li> <li>c) лимитирование;</li> <li>d) объединение</li> </ul>	УК-2
25.	а	<p>Подбор комбинаций инвестиционных предпринимательских проектов, когда достигается не просто их разнообразие, а определенная взаимозависимость динамики доходов и приемлемый уровень рискованности</p>	УК-2

		<p>- это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) диверсификация;</li> <li>b) распределение;</li> <li>c) лимитирование;</li> <li>d) объединение</li> </ul>	
26.	d	<p>К инструментам интернет-маркетинга в предпринимательском проекте не относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) <a href="#">контекстная реклама</a>;</li> <li>b) вирусная реклама;</li> <li>c) таргетированная реклама;</li> <li>d) телевизионная реклама</li> </ul>	УК-3
27.	a	<p>Таргетированная реклама в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);</li> <li>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;</li> <li>c) маркетинг в соцсетях</li> </ul>	УК-3
28.	b	<p><a href="#">SEO</a> реклама в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);</li> <li>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;</li> <li>c) маркетинг в соцсетях</li> </ul>	УК-3
29.	c	<p><a href="#">СММ</a> реклама в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);</li> <li>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;</li> <li>c) маркетинг в соцсетях</li> </ul>	УК-3
30.	d	<p><a href="#">Тизерная реклама</a> в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция</li> </ul>	УК-3

		<p>маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ЦА, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);</p> <p>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;</p> <p>c) маркетинг в соцсетях;</p> <p>d) размещение баннеров на сайтах-партнерах Гугла и Яндексa. Задача баннеров не столько продать, сколько увеличить трафик на продающую страницу</p>	
31.	a	<p>Второй этап маркетингового исследования при проектировании– это:</p> <p>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);</p> <p>b) постановка задач маркетингового исследования;</p> <p>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;</p> <p>d) сбор информации;</p> <p>e) обработка информации</p>	УК-3
32.	b	<p>Первый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:</p> <p>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);</p> <p>b) постановка задач маркетингового исследования;</p> <p>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;</p> <p>d) сбор информации;</p> <p>e) обработка информации</p>	УК-3
33.	c	<p>Четвертый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:</p> <p>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);</p> <p>b) постановка задач маркетингового исследования;</p> <p>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;</p> <p>d) сбор информации;</p> <p>e) обработка информации</p>	УК-3
34.	d	<p>Пятый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:</p> <p>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);</p> <p>b) постановка задач маркетингового исследования;</p> <p>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;</p> <p>d) сбор информации;</p> <p>e) обработка информации</p>	УК-3
35.	e	<p>Шестой этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:</p> <p>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);</p>	УК-3

		<ul style="list-style-type: none"> <li>b) постановка задач маркетингового исследования;</li> <li>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;</li> <li>d) сбор информации;</li> <li>e) обработка информации</li> </ul>	
36.	a	<p>Маркетинговые исследования бывают:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) кабинетные и полевые;</li> <li>b) реальные и портфельные;</li> <li>c) собственные и заемные;</li> <li>d) групповые и индивидуальные</li> </ul>	УК-3
37.	c	<p>К кабинетным маркетинговым исследованиям при проектировании относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) опрос;</li> <li>b) анкетирование;</li> <li>c) анализ документов и других вторичных источников;</li> <li>d) наблюдение;</li> <li>e) эксперимент</li> </ul>	УК-3
38.	c	<p>К полевым маркетинговым исследованиям при проектировании не относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) опрос;</li> <li>b) анкетирование;</li> <li>c) анализ документов и других вторичных источников;</li> <li>d) наблюдение;</li> <li>e) эксперимент</li> </ul>	УК-3
39.	a	<p>Стратегия маркетинга «Сегментирование» в предпринимательском проекте представляет собой:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Выявление и описание целевых потребителей;</li> <li>b) Формирование определенного образа предпринимателя в сознании целевых потребителей</li> </ul>	УК-3
40.	c	<p>Стратегия сегментирования в предпринимательском проекте предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) отстройку от конкурентов;</li> <li>b) попадание в потребность;</li> <li>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование</li> </ul>	УК-3
41.	a,b	<p>Стратегия позиционирования в предпринимательском проекте предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) отстройку от конкурентов;</li> <li>b) попадание в потребность;</li> <li>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование;</li> <li>d) интенсивное распределение; селективное распределение; эксклюзивное распределение</li> </ul>	УК-3

42.	d	<p>Политика распределения в предпринимательском проекте включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) отстройку от конкурентов;</li> <li>b) попадание в потребность;</li> <li>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование;</li> <li>d) интенсивное распределение; селективное распределение; эксклюзивное распределение</li> </ul>	УК-3
43.	c	<p>Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой в предпринимательском проекте – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) выручка;</li> <li>b) прибыль;</li> <li>c) маркетинг;</li> <li>d) менеджмент;</li> <li>e) предпринимательство;</li> <li>f) риски</li> </ul>	УК-3
44.	a	<p>Аналитическая функция маркетинга в предпринимательском проекте заключается в :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) комплексе мероприятий по исследованию внешних и внутренних факторов, которые влияют на компанию, рынок и потребительский спрос, сюда входит анализ ниши и конкурентов, изучение потребностей ЦА и прогнозирование покупательского поведения;</li> <li>b) разработке и внедрении нового продукта на рынок;</li> <li>c) внедрении новых технологий в производственный процесс</li> </ul>	УК-3
45.	c	<p>Инновационная функция маркетинга в предпринимательском проекте заключается в :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Комплексе мероприятий по исследованию внешних и внутренних факторов, которые влияют на компанию, рынок и потребительский спрос, сюда входит анализ ниши и конкурентов, изучение потребностей ЦА и прогнозирование покупательского поведения;</li> <li>b) разработке и внедрении нового продукта на рынок;</li> <li>c) внедрении новых технологий в производственный процесс</li> </ul>	УК-3
<b>Практические задания</b>			
46.		<p>Придумайте и представьте в виде таблицы описание социального предпринимательского проекта по следующим пунктам:  Название проекта:  Суть проекта:  Цель проекта:  Задачи проекта:</p>	УК-2

		1. 2. 3. Организационно-правовая форма: (ООО, ИП или др.) Территория реализации проекта (регион / город)																					
47.		Придумайте и представьте в виде таблицы социального предпринимательского проекта по следующим пунктам: Продукт ( <i>товар или услуга, которые будут предлагаться рынку</i> ) Ценностное предложение для клиентов (какую проблему клиентов решает продукт / услуга) Целевая аудитория: - <i>Покупатели</i> - <i>Потребители</i> Рынки сбыта ( <i>конечный потребитель – люди, или фирма, которая будет использовать вашу продукцию далее, или фирма – оптовый или оптово-розничный посредник</i> )	УК-2																				
48.		Придумайте и представьте в виде таблицы описание штата социального предпринимательского проекта по следующим пунктам. По полученным данным составьте схему «Организационная структура социального предпринимательского проекта». Штат проекта: ( <i>кто нужен для реализации проекта – директор, маркетолог, производственные работники</i> )	УК-3																				
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Должность</th> <th>Количество сотрудников</th> <th>Зарботная плата, сумма в месяц, руб.</th> <th>Отчисления во внебюджетные фонды, руб.</th> <th>Затраты на ФОТ, всего в год, руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Должность	Количество сотрудников	Зарботная плата, сумма в месяц, руб.	Отчисления во внебюджетные фонды, руб.	Затраты на ФОТ, всего в год, руб.															
Должность	Количество сотрудников	Зарботная плата, сумма в месяц, руб.		Отчисления во внебюджетные фонды, руб.	Затраты на ФОТ, всего в год, руб.																		
49.		Проведите анализ и представьте в виде таблицы описание бюджета социального предпринимательского проекта по следующим пунктам:  Таблица 1 – Первоначальные инвестиции, тыс. руб.	УК-2																				

		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Наименование затрат</th> <th>Стоимость, тыс. руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Таблица 2 –Текущие затраты, тыс. руб.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Наименование затрат</th> <th>Стоимость, тыс. руб. в месяц</th> <th>Стоимость, тыс. руб. в год</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td>Итого</td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>	Наименование затрат	Стоимость, тыс. руб.																			Наименование затрат	Стоимость, тыс. руб. в месяц	Стоимость, тыс. руб. в год																									Итого			
Наименование затрат	Стоимость, тыс. руб.																																																				
Наименование затрат	Стоимость, тыс. руб. в месяц	Стоимость, тыс. руб. в год																																																			
Итого																																																					
50.	<p>Определите оптимальные источники финансовых ресурсов социального предпринимательского проекта.</p> <p>Таблица 3 –Источники финансовых ресурсов, тыс. руб.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Наименование источника финансовых ресурсов</th> <th>Сумма, тыс. руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Собственные средства, в том числе:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>***</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Заемные средства, в том числе:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>***</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Привлеченные средства, в том числе:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>***</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Итого</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Наименование источника финансовых ресурсов	Сумма, тыс. руб.	Собственные средства, в том числе:		***		Заемные средства, в том числе:		***		Привлеченные средства, в том числе:		***		Итого		УК-2																																			
Наименование источника финансовых ресурсов	Сумма, тыс. руб.																																																				
Собственные средства, в том числе:																																																					
***																																																					
Заемные средства, в том числе:																																																					
***																																																					
Привлеченные средства, в том числе:																																																					
***																																																					
Итого																																																					
51.	<p>Спрогнозируйте доходы социального предпринимательского проекта за первый год реализации, рассчитайте показатели: срок окупаемости, индекс доходности.</p>	УК-2																																																			

		<p>Таблица 4 – Доходы от реализации проекта, тыс. руб.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Наименование товара (товарной группы)</th> <th>Цена, руб.</th> <th>Количество в месяц, ед.</th> <th>Сумма в месяц, руб.</th> <th>Сумма за год, тыс. руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Итого</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Наименование товара (товарной группы)	Цена, руб.	Количество в месяц, ед.	Сумма в месяц, руб.	Сумма за год, тыс. руб.																																				Итого					
Наименование товара (товарной группы)	Цена, руб.	Количество в месяц, ед.	Сумма в месяц, руб.	Сумма за год, тыс. руб.																																															
Итого																																																			
52.		<p>Опишите и обоснуйте в табличной форме следующие показатели:  Оптимальную стратегию маркетинга для описываемого проекта (сегментирование, позиционирование).  Политику распределения, а именно каналы продвижения продукции: <i>через соцсети, через магазины, сдаем посредникам и т.д.</i>  Способы (маркетинга) рекламы (в том числе инструменты интернет-маркетинга): <i>уличная реклама, телевизионная реклама, личная реклама, интернет-реклама, директ-мейл и т.д.</i></p>			УК-3																																														
53.		<p>Опишите и обоснуйте в табличной форме:  Способы (маркетинга) рекламы (в том числе инструменты интернет-маркетинга): <i>уличная реклама, телевизионная реклама, личная реклама, интернет-реклама, директ-мейл и т.д.</i></p>			УК-3																																														
54.		<p>Придумайте звучный рекламный слоган и логотип проекта.</p>			УК-3																																														
55.		<p>Проведите анализ потенциальных рисков (минимально 4 вида риска), связанных с реализацией вашего проекта, представьте в табличной форме.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Риск</th> <th>Причины возникновения</th> <th>Возможные негативные последствия</th> <th>Способы минимизации риска</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			Риск	Причины возникновения	Возможные негативные последствия	Способы минимизации риска													УК-2																														
Риск	Причины возникновения	Возможные негативные последствия	Способы минимизации риска																																																

		<b>Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий (разработка индивидуальных и/или групповых проектов)</b>					
56.		Разработанный авторский бизнес-проект сфере социального предпринимательства					УК-2 УК-3

## 2. Критерии оценивания компетенций

*Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он:*

- способен определить проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи;
- способен выстроить этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации;
- проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
- определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи.

*Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он:*

- не способен определить проблему, на решение которой направлен проект, не формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи;
- не способен выстроить этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации;
- не проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
- не определяет участников проекта, не организует эффективную коммуникацию внутри команды, не планирует и не реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, предусмотренных текущим контролем успеваемости.

Процедура выставления зачета проводится на последнем практическом занятии; оценивание знаний обучающегося происходит по результатам защиты практических работ и оценки знаний студента. Перед зачетом студенту необходимо полностью выполнить практические задания, оформить лекционный материал. При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче зачета не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ. Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.

Текущая контроль обучающихся проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование, тестирование, решение задач, разработка авторского бизнес-проекта в сфере социального предпринимательства.