**Конкурсное задание по компетенции**

**Entrepreneurship «Предпринимательство»**

**Межрегионального чемпионата профессионального мастерства - Енисейская Сибирь Поколение ПРОФИ**

**по стандартам WorldSkills**

Разработано: Жалонкиной Светланой,

За основу взято конкурсное задание VI Национального Чемпионата «Молодые профессионалы» (WSR)

Красноярск

Конкурсное задание разработано на основе Технического описания компетенции «Предпринимательство».

Продолжительность Конкурсного задания не должна быть более 8 часов.

Конкурсное задание включает оценку по каждому из разделов стандартов WorldSkills (далее - WSSS).

Конкурсное задание не выходит за пределы WSSS.

Оценка знаний участника проводится исключительно через практическое выполнение Конкурсного задания.

При выполнении Конкурсного задания не оценивается знание правил и норм WSR.

**СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ**

Модуль А: «Бизнес-план» - 20 % от общей оценки

Модуль В: «Наша команда и бизнес-идея». «Продвижение фирмы/проекта» - 20 % от общей оценки

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

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

Модуль E: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 30 % от общей оценки

Специальный этап – 10 % от общей оценки

**Модуль А: «Бизнес-план» - 20 % от общей оценки**

Команда разрабатывает бизнес-план. Команда должна направить электронную копию Бизнес-плана, а так же, видео ролик продолжительностью до 90 секунд в формате mp4/avi/mov, цветной информационно-рекламный плакат (в формате .jpeg), Бизнес-план в формате Word; Приложения (рецензия в формате .pdf, ссылка на маркетинговое исследование (исследование рынка и/или опрос) в google форме, финансовые расчеты в формате \*.xls, документы (при наличии) подтверждающие: открытие ООО/ИП/КФХ на одного или обоих участников проекта, открытие расчетного счета, отчет движения денежных средств по расчетному счету по проекту на адрес [metodist\_hkptes@mail.ru](mailto:metodist_hkptes@mail.ru) не позднее 09.00 часов дня C-4 (28.11.2019).

Все представляемые материалы заверяются конкурсантами (подписи конкурсантов, подтверждающие авторство).

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы [https://www.antiplagiat.ru](https://www.antiplagiat.ru/). Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования уточняется на форуме экспертного сообщества.

Три бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены до начала соревнований (не позднее 09.00 часов в День С-1).

Не представление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов.

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться (с дня С-4) и оцениваться (с дня С-2) экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 30% общей оценки команды.

Формат письменных материалов:

1. Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 х 29,7 см (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант бизне-плана должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку в начале и твердую обложку в конце. Все что представлено, является частью бизнес-плана. Могут быть также, использоваться лицевая и обратная стороны листа. Вводится сквозная нумерация страниц и таблиц.

2. Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, Times New Roman, интервал 1,5 строки. Допускается применение диаграмм как построенных на компьютере, так и вручную. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

3. На титульном листе должно быть указано название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и даты представления.

4. Вторая страница – Оглавление.

5. Третья страница размещается «визитка» команды, где должен быть представлен краткий обзор выбранного командой бизнеса, а также описание опыта и навыков каждого члена команды, позволяющих добиться успеха.

6. Бизнес-план выполняется, как минимум, в соответствии с разделами, перечисленными ниже:

1.Резюме бизнес-идеи

2.Описание компании

3.Целевой рынок

4.Планирование рабочего процесса

5.Маркетинговый план

6.Устойчивое развитие

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

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

Приветствуется применение в ходе работы над проектом и разработки бизнес-плана софта 1С в малом бизнесе.

**Модуль В: «Наша команда и бизнес-идея». «Продвижение фирмы/проекта» - 20 % от общей оценки**

Данный модуль включает разделы «Организация работы», «Формирование навыков коллективной работы и управление», «Продвижение фирмы/проекта» и «Презентация компании» Спецификации стандартов.

В рамках данного модуля конкурсантам предстоит определиться с названием команды, распределить функциональные обязанности, договориться о системе принятия решений и контроле за их реализацией, осмыслить наиболее выигрышные деловые и личностные качества каждого, укрепиться как единая, слаженно работающая команда.

Разработайте плакат представляющий команду и членов команды (то есть участников). Плакат может быть черно-белым, формата А4 и должен содержать оригинальное (креативное и инновационное), соответствующий типу/виду деятельности команды, короткое и запоминающееся название. Допускается использование фотографий.

Приведите в плакате сильные стороны каждого из членов команды, значимые для предпринимательской деятельности (не менее 3-х четко сформулированных качеств каждого из участников, которые могут быть применены в ходе реализации проекта) и аргументируйте их. Может быть представлена и другая значимая информация.

Определите четко роли каждого из участников в проекте (бизнесе). Приведите аргументы принятия командных решений.

Представьте (на русском языке и с кратким резюме на английском) итоги своей работы членам жюри с использованием плаката, web-презентации в Microsoft Power Point, флип-чарта, необходимого раздаточного материала.

Постарайтесь продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю В: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно. Постарайтесь продемонстрировать в ходе презентации свои ораторские, коммуникативные способности, использование (в разумных объемах) разнообразных средств и приемов презентации (технические средства презентации, раздаточный материал, плакат, флипп-чарт и пр.). Будьте ситуативны.

В этом модуле предъявляется, также, бизнес-идея (в составе бизнес-концепции) и общая логика ее развития (в бизнес-плане).

Покажите, каким образом вашей команде удалось выйти на конкретную бизнес-идею, какие способы (методы, механизмы) генерирования идей вы знаете (три и более) и как был осуществлен выбор конкретной идеи. Обоснуйте свой выбор конкретного способа «выхода» на идею.

Предстоит разработать бизнес-концепцию, демонстрирующую полное понимание участниками собственного проекта и ясную бизнес-стратегию у самих предпринимателей - от проработки бизнес идеи и цели проекта, анализа целевой аудитории и конкурентов, до маркетинговой стратегии и бизнес модели.

Как можно более точно и полно опишите продукт или услугу – их качественные характеристики, очевидную полезность (выгоду) для потребителя, не менее 3-х особенностей продукта (услуги).

Чем конкретно будет интересен и привлекателен предлагаемый товар (услуга) клиенту. Каково практическое использование продукта / услуги для клиента?

Необходимо показать (в полноте и логике) последовательность процессов от бизнес-идеи до ее реализации. Приведите в наглядной форме описание того, как получить продукт и / или услугу, которые будете предлагать на рынке. Если вы развиваете розничный бизнес здесь придется описать, где и кто ваши поставщики и др. Если это предоставление услуг, то опишите, как можно было бы оказать услугу (например, нанятыми профессионалами, используя специальные инструменты и оборудование и пр.). Если бизнес является производственной компанией, здесь придется дать описание процесса производства, поставок сырья, необходимого для производства и др. Не забывайте об управленческих действиях по решению кадровых, организационно-правовых вопросов и т.п.

Постарайтесь показать уникальность (оригинальность, креативность) предлагаемой бизнес-идеи. Обоснуйте наличие и перспективность рынка, на который будет выводится товар (услуга).

Бизнес-идея (бизнес-концепция) включается в публичную презентацию.

Постарайтесь четко сформулировать не менее 3-х ключевых факторов успеха команды, которые могут быть применены в ходе реализации проекта. Приведите доводы, подтверждающие реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов.

Цели этого модуля – оценить навыки и компетенции участников команды при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею; определение авторства членов команд при составлении бизнес-плана, глубины понимания и компетентности членов команды в предложенном бизнесе.

Советом экспертов будет предложено аргументировано ответить на три вопроса, которые будут определены на заседании жюри по мотивам рассмотренных бизнес-планов.

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

Данный модуль включает раздел «Целевая аудитория» Спецификации стандартов.

В данном модуле разрабатываются целевая аудитория и образ клиента:

* Анализ рынка и отрасли
* Целевые рынки (целевые потребители)
* Анализ рынков сбыта (оценка размера рынка и возможных тенденций его развития, оценка доли рынка и объема продаж, сегментация рынка и определение ниши продукта бизнеса).

Участники определяют и детально описывают целевые группы (приводятся качественное характеристики), на которые будет нацелен продукт/услуга компании. Должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию.

Определено и продемонстрировано отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого взаимодействия, к определенному товару/услуге.

Команда должна, с использованием методов и инструментов, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы, на которую нацелен производимые компанией продукт/услуга. Также, необходимо оценить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой группы, которую планирует занять ваша компания в процессе своей деятельности.

Важно использовать официальные и фактические данные для расчета численности целевых групп, доли и ниши рынка. Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией (воронки продаж).

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

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

Данный модуль включает раздел «Маркетинговое планирование/Формула маркетинга» Спецификации стандартов.

Прежде всего, для вашего товара должен существовать рынок сбыта. В данном модуле вы должны показать, что этот рынок есть. Потенциальные покупатели делятся на конечных потребителей и оптовых покупателей. Если потребителем выступает предприятие, то оно характеризуется месторасположением и отраслью, в которой вы работаете. Также, стоит описать потребительские свойства товаров - цена, срок службы изделия, внешний вид и другие:

1. требования, которые потребитель предъявляет к продукции данного вида и ваши возможности им соответствовать

2. анализ и описание конкурентов, какие сильные и слабые стороны вы будете иметь

3. маркетинговые исследования, описание рынка и его перспективы развития

4. сбыт — начиная от упаковки и хранения и заканчивая непосредственно сбытом в местах продаж и гарантийным обслуживанием

5. привлечение потребителей — какими способами (маркетинговыми инструментами), анализ эластичности спроса по цене

Компания разрабатывает детальный маркетинговый план, который отражает выбранную маркетинговую стратегию: определяет цель в области маркетинга, её измеримость, формулирует задачи для её достижения, обосновывает применение моделей построения маркетингового цикла, определяет и обосновывает применение маркетинговых инструментов (маркетинговых коммуникаций).

При разработке маркетинговой стратегии необходимо показать ее практическую ориентированность, оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии, продемонстрировать владение различными видами анализа.

Также очень важно правильно оценить маркетинговый бюджет, обосновать выбор стратегии ценообразования, описать каналы сбыта продукта или услуги.

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

При демонстрации результатов маркетинговых исследований оценивается, выбранный метод исследования, соответствие метода исследования и задач маркетинга. Показатели квотности и репрезентативности выборки исследования при анализе результатов. Обязательно наличие анкеты и ссылки на базу данных исследования в google форме.

Фактически реализованная рекламная компания представляется, в виде анализа результатов запланированной стоимости на привлечение 1 клиента и фактических затрат.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации

**Модуль E: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 30 % от общей оценки**

Данный модуль включает раздел «Финансовые инструменты» Спецификации стандартов.

В этом модуле компания должна провести точные расчеты на период не менее 2 лет, доказывающие, что задуманный бизнес будет иметь прибыль.

Необходимо обосновать и аргументировать способы финансирования вашего проекта на стартовом этапе. Следует составить бюджет инвестиций, отдельно выделяя расходы стартового этапа, приобретение объектов основных средств, формирование оборотного капитала, а также определить источники финансирования – собственные средств и внешние источники. В отношении заемного капитала следует учесть его стоимость и условия возврата.

Важно использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп при определении прогнозных объемов продаж.  В этом модуле обосновывается, также, ценообразование на продукты и услуги с определением маржинального дохода на единицу продаж.

В рамках данного модуля участники должны:

* составить бюджет инвестиций;
* определить и обосновать текущие и будущие источников финансирования проекта (кредиты, займы, субсидии, гранты, краудфандинг и пр.);
* обосновать ценообразование (статьи переменных расходов на единицу продукции/услуг, маржа, маржинальная доходность);
* разработать план доходов и расходов – БДР (величины продаж в натуральном выражении на основе результатов маркетинговых исследований, доходы, переменные расходы, постоянные расходы, включая проценты по кредитам и займам, амортизацию, отчисления во внебюджетные фонды, налоги, определен чистый финансовый результат или чистая прибыль);
* обосновать выбор режима налогообложения и произвести расчеты всех налогов и выплат во внебюджетные фонды;
* изложить и обосновать стратегию основателей проекта (продажа, развитие проекта, привлечение стратегических инвесторов);
* рассчитать показатели экономической эффективности проекта.

Расчеты по прибылям и убыткам должны быть реалистичными и правильно выполненными. Кроме того, необходимо обратить внимание на практико-ориентированность, с одной стороны, и на точные расчеты, с другой стороны. Участники должны быть осведомлены о том, что жюри обращает внимание на понимание расчетов стоимости и проверяет, являются ли цифры реалистичными.

В этот модуль может включаться публичная презентация.

**Специальный этап - 10% от общей оценки**

Специальные задачи включены в перечисленные выше модули в виде «специальных этапов», носят «спонтанный» характер и требуют оперативного реагирования участников.

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

Материалы «специальных этапов» могут включаться в качестве фрагментов в соответствующие блоки публичных презентаций по итогам самих специальных этапов.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Бизнес-план** | | **20** | |
|  | Специалист должен знать и понимать:   * роль и значение бизнес-плана; * методологию и процессы развития бизнес-идеи; * методы оценки выполнимости бизнес-идеи; * методы оценки устойчивости бизнес-идеи; * коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней; * важность выбора подходящего названия компании; * процессы принятия решений для определения товаров и услуг, на продаже которых может основываться бизнес; * методы определения круга потенциальных покупателей; * методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; * как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи. | |  | |
| Специалист должен уметь:   * развивать идеи до бизнес-предложений; * оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; * оценивать риски, связанные с бизнесом; * формировать и анализировать (сравнивать, соотносить) бизнес-концепции; * предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации); * применять методы принятия оптимальных решений; * принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; * интегрировать экономические, экологические и социальные критерии в построение средне- и долгосрочных планов, тем самым обретая конкурентное преимущество; * обосновывать и оценивать цели и ценности; * с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; * представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.). | |
| **2** | **Организация работы** | | **5** | |
|  | Специалист должен знать и понимать:   * значение эффективного планирования и организации труда; * положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; * важность поддержания рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества. | |  | |
| Специалист должен уметь:   * применять проактивный подход к приобретению знаний и развитию навыков; * использовать современные технологии; * поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, в соответствии с техникой безопасности и нормами охраны труда, и способствовать выполнению этих норм; * пользоваться всем оборудованием в соответствии с техникой безопасности и инструкциями производителей; * выбирать подходящие методы для каждого задания; * планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок. | |
| **3** | **Формирование навыков коллективной работы и управление** | | **5** | |
|  | Специалист должен знать и понимать:   * важность постоянного профессионального роста; * важность слаженной командной работы; * сильные и слабые стороны каждого члена команды; * перспективы для достижения успеха команды. | |  | |
| Специалист должен уметь:   * инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; * оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; * оценивать роль каждого человека; * разрабатывать подходящие стратегии для разрешения сложных ситуаций во время совместной работы; * справляться со стрессовыми ситуациями; * использовать методы принятия решений, опираясь на мнение команды; * уважать мнение других членов команды. | |
| **4** | **Продвижение фирмы/проекта** | | **5** | |
|  | Специалист должен знать и понимать:   * значимость официальной (законной) регистрации фирмы/компании; * сущность основных организационно-правовых форм (ИП, ООО, НП, крестьянско-фермерское хозяйство) и их определяющие различия; * важность оперативного планирования рабочего процесса; * процедуры регистрации фирмы; * процедуры открытия расчетного счета в банке; * источники финансирования стартового этапа становления фирмы и последующих этапов развития бизнеса (субсидии, гранты, инвестиции, краундфандинг и пр.); * основные правила подготовки деловых электронных презентаций (PowerPoint или более современные программы); * варианты организации и ведения бухгалтерского учета (включая передачу данной задачи на аутсорсинг); * знать рынки НТИ;   Специалист должен уметь:   * адекватно оценивать финансовые и иные бизнес-риски, оперативно управлять ими; * формулировать видение будущего масштабирования бизнеса; * обоснованно выбирать наиболее подходящую организационно-правовую форму предпринимательской фирмы (сообразно бизнес- идее и проекту); * применять в повседневной практике инструменты планирования и контроля рабочего процесса фирмы (диаграмма Гантта); * подготавливать необходимый пакет документов для регистрации ИП, или ООО, или НП и др.; * оформлять платежные документы (счет и пр.) для выполнения финансовых операций по выбранной форме предприятия; * оформлять договора; * оформлять заявки на гранты, получение государственной поддержки, запуск (краундфандингового проекта), получение кредита и т.д.; * выстраивать эффективные коммуникации для получения финансирования от различных контрагентов: институтов поддержки, банков и других финансовых организаций, инвесторов; * использовать современные финансовые продукты и услуги в ходе предпринимательской деятельности; * готовить деловые электронные презентации (PowerPoint или более современные программы); * продвигать проект в различных ситуациях (включая Чемпионаты и соревнования WorldSkills); * организовывать рабочее место и поддерживать его в должном порядке; * продуктивно работать в команде (распределение задач, планирование нагрузки, работа с использованием е-облака); * вести деловые переговоры, обмениваться контактными данными; * оформлять деловые письма; * оформлять коммерческие предложения; * работать с использованием e-mail; * использовать в работе социальные сети, месенджеры (WhatsApp, Viber и др.); * использовать в работе Skype (для бизнеса); * вести деловые разговоры по телефону (работа с заказчиком, партнером); * вести деловые дневники; * применять сведения о рынках НТИ. | |  | |
| **5** | **Презентация компании** | | **5** | |
|  | Специалист должен знать и понимать:   * важность хорошей презентации для бизнеса; * влияние презентации на аудиторию; * методы презентации; * использование различных средств презентации; * лексику и терминологию презентаций; * структуру презентации; * использование визуальной информации в дополнение к презентации; * важность правильного подхода к подготовке презентации с тщательностью и вниманием; * цель презентации; * целевую аудиторию презентации; * регламентирование презентации по времени; * определенную информацию, выделенную в презентации; * значение командной работы во время презентации; * ситуативные требования при проведении презентации; * эффективные завершения презентации; * как эффективно общаться после презентации; * как отвечать на вопросы после презентации. | |  | |
|  | Специалист должен уметь:   * делать эффектные и эффективные презентации; * демонстрировать в своей презентации современные тенденции в бизнесе; * организовывать презентацию с учетом целевой аудитории; * убеждать разные категории аудитории посредством презентации; * использовать разнообразные методы презентации; * использовать медиа средства в презентации; * применять соответствующую лексику и терминологию; * концентрироваться на цели презентации; * концентрироваться на соответствующей целевой аудитории; * понимать временные ограничения презентации; * выделять особую информацию в презентации; * эффективно работать совместно с коллегами; * адаптироваться к определенным требованиям во время презентации; * отвечать на вопросы во время и после презентации; * эффективно завершать презентацию; * обосновывать отдельные элементы презентации. | |  | |
| **6** | | **Целевая аудитория** | **10** |
|  | | Специалист должен знать и понимать:   * важность определения целевой аудитории бизнеса; * определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама; * способы определения целевой аудитории; * методы анализа целевых аудиторий; * характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь; * методы определения размера целевой аудитории; * модели принятия решений в B2B продажах; особенности B2C продаж; суть B2G бизнеса; * коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории.   Специалист должен уметь:   * оценить значение целевых аудиторий; * распознавать различные целевые аудитории; * анализировать целевые аудитории; * определять целевые аудитории; * применять методы принятия оптимальных решений, касающихся целевых аудиторий; * описывать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг; * принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям; * оценивать размер целевой аудитории; * анализировать точность описания целевых аудитория для различных товаров/услуг; * эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью; * обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий. |  |
| **7** | | **Маркетинговое планирование/Формула маркетинга** | **10** |
|  | | Специалист должен знать и понимать:   * различные маркетинговые стратегии; * конкретные цели маркетинга; * цели маркетингового планирования; * тактики продвижения товаров/услуг на рынке; * методы определения круга потенциальных покупателей; * методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; * выбор времени для маркетинговых мероприятий; * стоимость целенаправленных маркетинговых мер; * 4 «P» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion); * взаимовлияние элементов 4 «P»; * потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса; * влияние маркетинговых мероприятий на успех компании; * важную роль рекламы; * разнообразие рекламных стратегий; * разнообразие рекламных средств: в частности социальных сетей VK, FB и других * преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; * недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; * стоимость отдельных рекламных мероприятий; * стоимость привлечения новых и удержания постоянных клиентов. * эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний; * эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия; * возможность аутсорсинга.   Специалист должен уметь:   * пояснять значение маркетинга для бизнеса; * принимать необходимые решения для реализации маркетинговых мероприятий; * разрабатывать маркетинговый план для компании; * принимать в расчет формулу 4 «P» для маркетинговых мероприятий; * объяснять формулу 4 «P», применительно к определенных товарам и услугам; * принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «P»; * понимать важную роль рекламы; * оценивать разные средства рекламы; * оценивать разные рекламные стратегии; * видеть преимущества различных рекламных стратегий применительно к конкретным товарам и услугам; * организовывать рекламные кампании в социальных сетях, таких как FB, VK и др. * видеть преимущества различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам; * видеть недостатки различных рекламных стратегий применительно к конкретным товарам и услугам; * видеть недостатки различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам; * рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; * оценивать эффективность рекламных мероприятий; * обосновывать проведение определенных маркетинговых мероприятий; * объяснять маркетинговые мероприятия разным аудиториям и с разной целью; * рассчитать стоимость привлечения одного клиента; * обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий |  |
| **8** | | **Финансовые инструменты** | **30** |
|  | | Специалист должен знать и понимать:   * необходимость, методы и временные рамки финансового планирования; * соответствие жизненных циклов бизнеса и используемых финансовых инструментов для его развития; * варианты и сопутствующие риски привлечения средств для открытия бизнеса, в том числе – краудфандинг, венчурное финансирование, микрофинансирование; * финансовые механизмы государственной поддержки и поддержки от институтов развития, в том числе программы Корпорации МСП, МСП-банка, Фонда «Сколково», Фонда развития промышленности, ФРИИ и другие; * финансовые механизмы масштабирования бизнеса, в том числе банковский кредит, лизинг, факторинг, выпуск ценных бумаг и т.д.; * какие требования предъявляют банки к бизнесу при принятии решении о выдаче кредита и как им соответствовать; * почему могут заблокировать расчетный счет и что делать в такой ситуации; * современные банковские технологии для бизнеса; * какие бизнес-риски нужно страховать; * как защитить свой бизнес от движения валютных курсов; * программное обеспечение для финансового планирования; * расчет затрат, связанных с запуском стартапа; * периоды отчетности; * иметь представление об издержках; * реалистичный расчет цен на товары и услуги; * расчет прибыли и убытков; * расчет зарплат; * расчет постоянных и переменных издержек; * расчет объема продаж в соответствии с целевыми рынками; * оценка финансового плана; * обоснование определенных финансовых планов; * критерии, предъявляемые к бизнесу/проекту различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; * методологию экономического анализа. |  |
|  | | Специалист должен уметь:   * разрабатывать финансовый план с использованием различных способов привлечения финансирования, соответствующих жизненному циклу компании; * готовить презентации для общения с различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; * демонстрировать влияние финансового планирования на компанию; * оценивать разные части финансового плана; * применять различные методы финансового планирования; * использовать разнообразное программное обеспечение для финансового планирования, в частности Excel; * рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; * определять временные рамки; * рассчитывать в отчетных периодах; * рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; * принимать во внимание издержки; * реалистично рассчитывать цены на товары и услуги; * рассчитывать прибыль и убытки; * вести расчеты, связанные с оплатой труда; * рассчитывать постоянные и переменные издержки в бизнесе; * анализировать возможные объемы продаж в соответствии с целевыми рынками; * оценивать финансовые планы; * обосновывать схему финансового плана; * обосновывать выполнимость финансового плана; * объяснять расчеты финансового плана. |  |

Окончательное понимание по измеримым и судейским оценкам будет доступно, когда утверждена Схема оценки и Конкурсное задание. Приведенная таблица содержит приблизительную информацию и служит для разработки Оценочной схемы и Конкурсного задания.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | | **Баллы** | | |
| **Мнение судей** | **Измеримая** | **Всего** |
| **A** | Бизнес-план команды | 4 | 16 | 20 |
| **B** | Наша команда и бизнес-идея. Продвижение фирмы/проекта | 4 | 16 | 20 |
| **C** | Целевая группа | 3 | 7 | 10 |
| **D** | Маркетинговое планирование | 3 | 7 | 10 |
| **Е** | Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели | 6 | 24 | 30 |
|  | Специальное задание | 3 | 7 | 10 |
| **Всего** |  | 23 | 77 | 100 |