Региональный этап Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы»
Костромской области 2023

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО (ЮНИОРЫ)»

2023 г.

Конкурсное задание, разработанное экспертным сообществом и утвержденное Менеджером компетенции, в котором установлены нижеследующие правила и необходимые требования владения профессиональными навыками для участия в соревнованиях по профессиональному мастерству для юниоров.

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ 2
1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 2
1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» 3
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 24
1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 24
1.5. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 37
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 47
2.1. Личный инструмент конкурсанта 49
3. Приложения 49

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

1. ФГОС – Федеральный государственный образовател стандарт
2. ПС – профессиональный стандарт
3. ТК – требования компетенции
4. КЗ – конкурсное задание
5. ИЛ – инфраструктурный лист
6. КО – критерии оценки
7. ОТ и ТБ – охрана труда и техника безопасности
8. БП – бизнес-план

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции Предпринимательство определяют знания, умения, навыки и трудовые функции, которые лежат в основе наиболее актуальных требований работодателей отрасли.

Целью соревнований по компетенции является демонстрация лучших практик и высокого уровня выполнения работы по соответствующей рабочей специальности или профессии.

Требования компетенции являются руководством для подготовки конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов / рабочих и участия их в конкурсах профессионального мастерства.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний, умений, навыков и трудовых функций осуществляется посредством оценки выполнения практической работы.

Требования компетенции разделены на четкие разделы с номерами и заголовками, каждому разделу назначен процент относительной важности, сумма которых составляет 100.

1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Таблица №1

Перечень профессиональных задач специалиста

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	**Бизнес-план команды**	**8**
	Обобщенная трудовая функция Экономический анализ деятельности организации	
	Трудовая функция Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	
	Трудовые действия:	
	– Сбор и обработка исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации.	
	– Выполнение расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции,	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	освоения новых видов продукции, производимых услуг.	
	− Мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации.	
	− Формирование и проверка планов финансово-экономического развития организации.	
	− Выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.	
	− Проведение расчетов экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов.	
	− Проведение экономического анализа хозяйственной деятельности организации.	
	Специалист должен знать и понимать: − роль и значение бизнес-плана; − типы бизнес-планов и их различия; − способы «генерации» и выбора бизнес-идеи; − методы оценки реализуемости бизнес- идеи (включая затраты, риски и гарантии); − актуальность и востребованность на рынке формируемых бизнес-идей; − коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи и проведения исследований и анализа рынка и конкурентной среды; − основные виды бизнес-моделей; − финансово-экономические показатели предпринимательской деятельности; − важность выбора подходящего названия компании; − методы оценки конкурентоспособность бизнес-идеи; − важность соблюдения авторских прав относительно используемых аудио, видео, графических и прочих материалов; − доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план);	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности.	
	Специалист должен уметь: − применять способы генерирования бизнес-идеи для разработки собственного бизнес-проекта; − оценивать реализуемость своей бизнес-идеи; − создавать, анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса; − проводить анализ рынка и конкурентной среды; − оценивать риски, связанные с бизнесом; − предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации); − применять методы принятия оптимальных решений; − принимать в расчет экологический и социальный аспекты в своей бизнес-модели; − выбирать подходящий тип бизнес-плана; − разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план; − эффективно представлять (презентовать) бизнес-проект с применением различных средств (электронная и публичная презентации, рекламное видео и плакаты и т.д.); − получать независимую оценку/ рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план)	
2	**Организация работы**	**5**
	Обобщенные трудовые функции: − Работа с заинтересованными сторонами	
	Трудовые функции − Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
	Трудовые действия:	
	− Согласование с заинтересованными сторонами выявленных бизнес-проблем или бизнес-возможностей.	
	Специалист должен знать и понимать: − значение эффективного планирования и организации труда; − значение организации эффективной деловой переписки и пересылки документов;	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; − важность поддержания в порядке рабочего места.	
	Специалист должен уметь: − применять проактивный подход/позицию к приобретению знаний и развитию навыков; − использовать современные технологии; − поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, соблюдать технику безопасности и нормы охраны труда; − пользоваться предоставленным оборудованием; − планировать работу с точки зрения наибольшей эффективности и выполнения заданий в срок.	
3	**Формирование навыков коллективной работы и управление**	**5**
	Обобщенные трудовые функции: − Работа с заинтересованными сторонами	
	Трудовые функции − Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
	Трудовые действия:	
	− Согласование с заинтересованными сторонами выявленных бизнес-проблем или бизнес-возможностей.	
	Специалист должен знать и понимать: − важность постоянного профессионального роста; − важность слаженной командной работы для повышения её эффективности; − способы разрешения конфликтных ситуаций; − сильные и слабые стороны, успехи, достижения, профессиональные компетенции и опыт каждого члена команды; − важность формирования мотивации к труду (потребности к приобретению профессии).	
	Специалист должен уметь: − инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; − оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; − оценивать роль каждого участника команды/проекта; − разрабатывать подходящие стратегии для	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	разрешения сложных ситуаций во время совместной работы; − справляться со стрессовыми и конфликтными ситуациями; − использовать методы принятия управленческих решений; − уважать мнение других участников команды; − применять различные способы и приемы поиска информации, связанной с профессиональной деятельностью и сущностью проекта.	
4	**Целевая аудитория**	**16**
	Обобщенные трудовые функции: − Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга − Заключение и сопровождение договоров страхования	
	Трудовые функции − Подготовка к проведению маркетингового исследования − Изучение рынка и подготовка к продаже страховых продуктов	
	Трудовые действия:	
	− Выявление проблем и формулирование целей исследования.	
	− Планирование проведения маркетингового исследования.	
	− Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования.	
	− Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.	
	− Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования.	
	− Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования.	
	− Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики.	
	− Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− Формирование предложений по совершенствованию товарной политики.	
	− Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики.	
	− Анализ действующих условий страхования в страховой организации.	
	− Изучение потенциального спроса на страховые продукты для физических и юридических лиц.	
	− Оценка возможностей страховой организации в удовлетворении потребностей в страховых продуктах.	
	Специалист должен знать и понимать: − важность определения целевой аудитории бизнеса как определенной группы людей, на которую будет направлены рекламные мероприятия; − способы определения целевой аудитории; − методы сегментирования и анализа целевых аудиторий; − характеристики различных сегментов целевой аудитории; − методы определения размера целевой аудитории; − модели принятия решений в B2B продажах; особенности B2C продаж; − суть B2G бизнеса; − коммуникационные приемы для определения целевой аудитории.	
	Специалист должен уметь: − оценивать значение целевых аудиторий; − определять целевые аудитории; − применять методы сегментирования и анализа целевых аудиторий; − 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; − эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью.	
5	**Планирование рабочего процесса**	**16**

№ п/п	Раздел	Важность в %
	Обобщенные трудовые функции: − Выявление бизнес-проблем или бизнес-возможностей − Составление и представление бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта	
	Трудовые функции: − Выявление истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей − Денежное измерение объектов бухгалтерского учета и текущая группировка фактов хозяйственной жизни − Итоговое обобщение фактов хозяйственной жизни − Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности	
	Трудовые действия:	
	− Разработка стратегий вовлечения заинтересованных сторон и сотрудничества с ними.	
	− Подготовка заинтересованных сторон к сотрудничеству (разъяснение, обучение).	
	− Взаимодействие с заинтересованными сторонами и мониторинг заинтересованных сторон.	
	− Выявление и документирование истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей.	
	− Оценка ресурсов, необходимых для реализации решений.	
	− Оценка эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью.	
	− Мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации.	
	− Выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.	
	− Расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации.	
	− Денежное измерение объектов бухгалтерского учета и осуществление соответствующих бухгалтерских записей.	
	− Составление отчетных калькуляций, калькуляций себестоимости продукции (работ, услуг),	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	распределение косвенных расходов, начисление амортизации активов в соответствии с учетной политикой экономического субъекта.	
	− Контроль тождества данных аналитического учета оборотам и остаткам по счетам синтетического учета.	
	− Подготовка пояснений, подбор необходимых документов для проведения внутреннего контроля, государственного (муниципального) финансового контроля, внутреннего и внешнего аудита, ревизий, налоговых и иных проверок.	
	− Координация и контроль выполнения работ по анализу финансового состояния экономического субъекта.	
	− Руководство работой по управлению финансами исходя из стратегических целей и перспектив развития экономического субъекта.	
	− Подготовка предложений для включения в планы продаж продукции (работ, услуг), затрат на производство и подготовка предложений по повышению рентабельности производства, снижению издержек производства и обращения.	
	Специалист должен знать и понимать: − виды и суть бизнес-процессов (управляющих, операционных и поддерживающих); − описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров/услуг; − методики управления производством (бизнес-процессами); − показатели эффективности и результативности бизнес-процессов; − виды бизнес-рисков, методы предотвращения и преодоления рисков; − виды ресурсов (финансовых, трудовых, материальных и информационных), необходимых для развития реализации бизнес-процессов; − показатели эффективности и результативности бизнес-процессов; − нотации, применяемые для моделирования и представления бизнес- процессов (BPMN, EPC, IDEF);	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− описание полного жизненного цикла бизнес-процесса; − логику построения и функционирования бизнес-процессов организации; − методы и способы представления календарного планирования работ; − виды организационных структур организации / фирмы.	
	Специалист должен уметь: − различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы; − выстраивать бизнес-процессы в логической последовательности, соответствующей сути бизнес-проекта; − делать обоснованный выбор нотации, применяемой для представления бизнес-процессов в собственном проекте (BPMN; EPC; IDEF0); − описывать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы в рамках собственного бизнеса-проекта; − определять и рассчитывать показатели результативности и эффективности бизнес-процессов; − строить диаграмму Гантта для собственного бизнес-проекта (как минимум, на период от 1 месяца до и от 2 месяцев после чемпионата); − определять потребность в ресурсах (финансовых, трудовых, материальных и информационных) для реализации бизнес-процессов собственного проекта; − прогнозировать различные сценарии развития бизнеса; − определять антикризисные мероприятия и мероприятия по преодолению кризисных ситуаций; − строить схемы организационных структур для различных этапов функционирования бизнес-проекта.	
6	**Маркетинговое планирование/Формула маркетинга**	**15**
	Обобщенные трудовые функции:	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга − Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
	Трудовые функции: − Систематизация (объективных) ценовых показателей товаров, работ и услуг с использованием информационных интеллектуальных технологий − Составление контекстно-медийного плана продвижения − Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения вебсайта − Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» − Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» − Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация − Проведение аналитических работ по изучению конкурентов − Разработка стратегии продвижения в социальных медиа − Привлечение пользователей в интернет-сообщество − Проведение рекламных кампаний в социальных медиа − Продажа страховых продуктов и оформление договоров страхования	
	Трудовые действия:	
	− Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.	
	− Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	
	− Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	– Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж	
	– Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	
	– Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений	
	– Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети	
	– Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании.	
	– Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе	
	– Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе	
	– Составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
	– Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и площадки в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
	– Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
	– Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
	– Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
	– Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
	– Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
	− Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
	− Составление плана медиа продвижения	
	− Разработка стратегии таргетирования показа рекламных баннеров.	
	− Подбор площадок для размещения медийной рекламы.	
	− Размещение медийных баннеров на площадках	
	− Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации	
	− Поиск и анализ конкурирующих субъектов, присутствующих в социальных медиа.	
	− Составление аналитической записки по проведенному анализу	
	− Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа	
	− Составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа	
	− Составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа	
	− Обобщение с представителями целевой аудитории с использованием цифровых методов связи.	
	− Проведение конкурсов в социальных медиа.	
	− Проведение опросов в социальных медиа.	
	− Осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе.	
	− Составление медиаплана проведения рекламной кампании	
	− Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений	
	Специалист должен знать и понимать: − цели маркетингового планирования и тактики продвижения товаров/услуг на рынке;	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− методы стратегического анализа (SWOT, PEST и т.п.); − модель 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion); − взаимовлияние элементов модели 4 «Р»; − виды маркетинговых стратегий; − виды моделей ценообразования; − каналы сбыта продукции; − этапы жизненного цикла клиентов; − влияние маркетинговых мероприятий на успех компании; − роль рекламы для продвижения продукта/услуги; − виды рекламных моделей, их особенности и различия, применение различных рекламных моделей при планировании рекламных мероприятий; − 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; − показатели эффективности рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний; − методы маркетингового анализа рынка; − маркетинговый бюджет на различных этапах функционирования бизнес-проекта и его реалистичность; − распределение обязанностей в области маркетинга и возможность передачи некоторых функций на аутсорсинг.	
	Специалист должен уметь: - определять цели маркетинга и задачи, предназначенные для достижения поставленных целей; − проводить маркетинговые исследования рынка; анализировать полученные данные и применять результаты анализа при планировании маркетинговой деятельности;	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− планировать и определять каналы сбыта продукции/услуг; − составлять модель 4 «Р» для собственного бизнеса, понимать и описывать взаимовлияние элементов модели; − подбирать маркетинговые стратегии и обосновывать их выбор; − подбирать рекламные модели и обосновывать их выбор; − определять наиболее эффективные маркетинговые и рекламные мероприятия для продвижения бизнес-проекта; − подбирать маркетинговые инструменты, в наибольшей мере соответствующие реализации маркетинговой стратегии; − рассчитывать стоимость маркетинговых мероприятий, показатели эффективности рекламных кампаний и отдельных мероприятий; − составлять маркетинговый план для различных этапов бизнес-проекта; − определять и распределять роли в области маркетинга, возможность передачи некоторых функций на аутсорсинг.	
7	**Финансовые инструменты**	**10**
	Обобщенные трудовые функции: − Формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги − Экономический анализ деятельности организации	
	Трудовые функции: − Исследование затрат на товары, работы и услуги и их себестоимости − Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации − Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками	
	Трудовые действия:	
	− Проведение анализа рынка товаров, работ, услуг	
	− Мониторинг цен на приобретаемые организацией товары, работы, услуги	
	− Исследование рынка поставщиков товаров, работ,	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	услуг	
	– Ведение базы поставщиков товаров, работ и услуг	
	– Выполнение необходимых вспомогательных расчетов и вычислений	
	– Обработка и систематизация ценовых показателей	
	– Систематизация и обобщение информации о заключенных договорах	
	– Формирование и обновление информации в базе данных	
	– Хранение и архивирование полученных данных, информации, документов	
	– Определение структуры цены на товары, работы, услуги по элементам затрат	
	– Анализ затрат с помощью различных методов ценообразования	
	– Анализ формирования прибыли в составе цены	
	– Анализ налогообложения на каждом этапе формирования цены на товары, работы, услуги	
	– Анализ различных факторов изменения затрат и себестоимости товаров, работ, услуг	
	– Постановка задач подчиненным специалистам и контроль их исполнения	
	– Анализ добавленной стоимости на каждом этапе формирования цены	
	– Составление отчета и рекомендаций по результатам исследования	
	– Хранение и архивирование полученных данных, информации, документов.	
	– Подготовка исходных данных для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации	
	– Расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации	
	– Определение экономической эффективности организации труда и производства, внедрение инновационных технологий	
	– Подготовка отчетов о финансово-хозяйственной деятельности организации	
	– Определение резервов повышения	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	эффективности деятельности организации	
	− Совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации	
	− Составление (оформление) первичных учетных документов	
	− Прием первичных учетных документов о фактах хозяйственной жизни экономического субъекта	
	− Регистрация данных, содержащихся в первичных учетных документах, в регистрах бухгалтерского учета	
	− Отражение в бухгалтерском учете результатов переоценки объектов бухгалтерского учета, пересчета в рубли выраженной в иностранной валюте стоимости активов и обязательств	
	− Сопоставление результатов инвентаризации с данными регистров бухгалтерского учета и составление сличительных ведомостей	
	− Подсчет в регистрах бухгалтерского учета итогов и остатков по счетам синтетического и аналитического учета, закрытие оборотов по счетам бухгалтерского учета	
	− Организация работ по финансовому анализу экономического субъекта	
	− Планирование работ по анализу финансового состояния экономического субъекта	
	− Организация хранения документов по финансовому анализу	
	− Организация бюджетирования и управления денежными потоками в экономическом субъекте	
	− Координация и контроль выполнения работ в процессе бюджетирования и управления денежными потоками в экономическом субъекте	
	− Составление финансовых планов, бюджетов и смет экономического субъекта	
	− Представление финансовых планов, бюджетов и смет руководителю или иному уполномоченному органу управления экономического субъекта для утверждения	
	− Осуществление анализа и оценки финансовых рисков, разработка мер по их минимизации	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− Составление отчетов об исполнении бюджетов денежных средств, финансовых планов и осуществление контроля целевого использования средств, соблюдения финансовой дисциплины и своевременности расчетов	
	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; − налогообложение в области малого предпринимательства; − финансовые механизмы масштабирования бизнеса, в том числе банковский кредит, лизинг, факторинг, выпуск ценных бумаг и т.д.; − требования, предъявляемые банками к бизнесу при принятии решении о выдаче кредита и как им соответствовать; − современные банковские технологии для бизнеса; − программное обеспечение для финансового планирования; − расчет затрат, связанных с запуском стартапа; − периоды отчетности; − 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;	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	− 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; − применять различные методы финансового планирования; − использовать разнообразное программное обеспечение для финансового планирования, в частности электронные таблицы; − рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; − рассчитывать издержки; − рассчитывать цены на товары и услуги; − рассчитывать прибыль и убытки; − вести расчеты, связанные с оплатой труда, налоговые отчисления; − рассчитывать постоянные и переменные издержки в бизнесе; − анализировать возможные объемы продаж в соответствии с целевыми рынками; − оценивать финансовые планы; − обосновывать расчеты, приведенные в финансовом плане; − интерпретировать и пояснять смысл рассчитанных экономических показателей.	
8	**Продвижение и презентация компании (фирмы, проекта) в регионе**	**25**
	Обобщенные трудовые функции: − Обоснование решений	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	Трудовые функции: – Анализ, обоснование и выбор решения	
	Трудовые действия:	
	– Согласование с заинтересованными сторонами выявленных бизнес-проблем или бизнес-возможностей. Формирование целевых показателей решений	
	– Анализ решений с точки зрения достижения целевых показателей решений	
	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); – лексику и терминологию презентаций; – структуру презентации; – цель презентации; – целевую аудиторию презентации; – регламентирование презентации по времени; – значение командной работы во время проведения презентации; – 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	

№ п/п	Раздел	Важность в %
	(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.	
	Специалист должен уметь: − продвигать проект в различных ситуациях; − продуктивно работать в команде (распределение задач, планирование нагрузки); − вести деловые переговоры, обмениваться контактными данными; − оформлять деловые письма; − оформлять коммерческие предложения; − работать с использованием электронной почты; − использовать в работе социальные сети, телеграмм; − вести деловые переговоры по телефону (работа с заказчиком, партнером); − готовить эффективные презентации; − демонстрировать в своей презентации современные тенденции в бизнесе; − организовывать презентацию с учетом целевой аудитории; − убеждать разные категории аудитории посредством презентации; − использовать медиа средства в презентации; − применять соответствующую лексику и терминологию; − понимать временные ограничения презентации; − выделять особую информацию в презентации; − эффективно работать совместно с коллегами; − отвечать на вопросы во время и после презентации; − обосновывать отдельные элементы презентации.	

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции, обозначенных в требованиях и указанных в таблице №2.

Таблица №2

Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки

Критерий/Модуль									Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ
Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ		А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	
	1	8							8
	2		4					1	5
	3		2			2		1	5
	4			15	1				16
	5				1	15			16
	6				15				15
	7						10		10
	8	7	2					16	25
Итого баллов за критерий/модуль		15	8	15	17	17	10	18	**100**

1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №3:

Таблица №3

Оценка конкурсного задания

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
А	Бизнес-план	Оценивается разработанный бизнес-план, который должен содержать краткую, но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов – каков объем инвестиций а также другая значимая информация. Разделы бизнес-плана должны давать расширенную информацию о проекте и доказывать правильность расчетов
Б	Наша команда и бизнес-идея	Оценивается описание и обосновать навыков и компетенций каждого участника. Оценивается обоснованность распределения ролей и функциональных обязанностей участников команды. Оценивается обоснованность используемых методов генерации бизнес-идеи, которые

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
		позволили выйти на конкретную бизнес-идею. Оценивается представление бизнес-концепции, методов оценки реализуемости бизнес-идеи.
В	Целевая группа	Оценивается обосновать определения целевой аудитории, ее сегментация. Оценивается представленные основные характеристики типичного клиента (портрет), которые включены в бизнес-концепцию. Оценивается размер потенциальной целевой аудитории, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении.
Г	Маркетинговое планирование	Оцениваются сформулированные цели и задачи в области маркетинга. Оценивается обоснованная маркетинговая стратегия, каналы продвижения и сбыта, стратегия ценообразования, маркетинговые инструменты, применимые на протяжении всего жизненного цикла клиента, и наиболее эффективные для данного продукта/услуги и целевой аудитории.
Д	Планирование рабочего процесса	Оценивается визуализация бизнес-процессов с использованием различных современных методик, приемов структурирования и нотаций. Оценивается определенная потребность в различных ресурсах для ключевых бизнес-процессов. Оценивается представленный позитивный и негативный сценарии развития бизнеса.
Е	Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели	Оцениваются точные экономические расчеты на период не менее 2 лет на основании полученных маркетинговых исследований.
Ж	Продвижение и презентация компании (фирмы, проекта) в регионе	Оцениваются оформленные слайды презентации. Оцениваются представленные участниками коммуникации со своими деловыми партнерами и клиентами. Оцениваются владения навыками деловой переписки, составления коммерческих предложений. Оценивается полнота и качество контента представленных аккаунтов в социальных сетях,

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
		наполненность, информативность сайтов компаний/проектов. Оцениваются продемонстрированные реальные прототипы своей продукции/услуги.

1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Возраст конкурсантов: 14лет и более.

Общая продолжительность Конкурсного задания[1]: 12 ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня.

Вне зависимости от количества модулей, конкурсное задание должно включать оценку по каждому из разделов требований компетенции.

Оценка знаний участника должна проводиться через практическое выполнение Конкурсного задания. В дополнение могут учитываться требования работодателей для проверки теоретических знаний / оценки квалификации.

1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания

Конкурсное задание состоит из 7 модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) – 4 модулей, и вариативную часть – 3 модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

Количество модулей из вариативной части, выбирается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах. В случае если ни один из модулей вариативной части не подходит под запрос работодателя конкретного региона, то вариативный (е) модуль (и) формируется регионом самостоятельно под запрос работодателя. При этом, время на выполнение модуля (ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не меняются.

Таблица №4

Матрица конкурсного задания

[1] *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.*

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Экономический анализ деятельности организации	Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	ПС: 08.043; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям); ФГОС СПО 38.02.06 Финансы (по отраслям); ФГОС СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения	Модуль А Бизнес-план команды	Константа
Работа с заинтересованными сторонами	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	ПС: 08.037; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФОС СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике; ФГОС 40.02.01 Право и организация социального обеспечения	Модуль Б Наша команда и бизнес-идея	Константа
Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПС: 08.035; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании	Модуль В Целевая аудитория	Константа

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Заключение и сопровождение договоров страхования	Изучение рынка и подготовка к продаже страховых продуктов	ПС: 08.012; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании		Константа
Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПС: 08.035; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании	Модуль Г Маркетинговое планирование	Константа
Мониторинг первичных ценовых показателей товаров, работ и услуг	Систематизация (объективных) ценовых показателей товаров, работ и услуг с использованием информационных интеллектуальных технологий	ПС: 08.035; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании		Константа

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Составление контекстно-медийного плана продвижения	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения вебсайта	ПС: 06.043; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Привлечение пользователей в интернет-сообщество	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)		Константа
Выявление бизнес-проблем или бизнес-возможностей	Выявление истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей	ПС: 08.037; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФОС СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике ФГОС 40.02.01 Право и организация социального обеспечения	Модуль Д Планирование рабочего процесса	Вариатив
Экономический анализ деятельности организации	Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	ПС: 08.043; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.06 Финансы (по отраслям), ФГОС СПО 21.02.05 Земельно-		Вариатив

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
		имущественные отношения		
Ведение бухгалтерского учета	Принятие к учету первичных учетных документов о фактах хозяйственной жизни экономического субъекта	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Ведение бухгалтерского учета	Денежное измерение объектов бухгалтерского учета и текущая группировка фактов хозяйственной жизни	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Ведение бухгалтерского учета	Итоговое обобщение фактов хозяйственной жизни	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Составление и представление бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта	Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности	Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги	Исследование затрат на товары, работы и услуги и их себестоимости	ПС: 08.040; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)	Модуль Е. Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели	Вариатив
Экономический анализ деятельности организации	Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	ПС: 08.043; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.06 Финансы (по отраслям), ФГОС СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения		Вариатив
Ведение бухгалтерского учета	Принятие к учету первичных учетных документов о фактах хозяйственной жизни экономического субъекта	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Ведение бухгалтерского учета	Денежное измерение объектов бухгалтерского учета и текущая группировка фактов хозяйственной жизни	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Ведение бухгалтерского учета	Итоговое обобщение фактов хозяйственной жизни	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Составление и представление бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта	Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности	Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками	ПС: 08.002; ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Финансы (по отраслям)		Вариатив
Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов	ПС: 06.043; ФГОС СПО ФГОС 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, ФГОС СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)	Модуль Ж. Продвижение и презентация компании (фирмы, проекта) в регионе	Вариатив

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Нормативный документ/ЗУН	Модуль	Константа/ вариатив
1	2	3	4	5
Обоснование решений	Анализ, обоснование и выбор решения	ПС: 08.037; ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), ФГОС 40.02.01 Право и организация социального обеспечения, ФГОС СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике		Вариатив

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

Инвариант

Модуль А: Бизнес-план команды

Модуль Б: Наша команда и бизнес-идея

Модуль В: Целевая группа

Модуль Г: Маркетинговое планирование

Вариатив

Модуль Д: Планирование рабочего процесса.

Модуль Е: Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели

Модуль Ж: Продвижение и презентация компании (фирмы, проекта) в регионе.

Модуль А: Бизнес-план команды

Модуль выполняется заочно, результаты работы над модулем предоставляются за четыре дня до чемпионата.

Описание задания:

Команда разрабатывает бизнес-план, который должен содержать краткую, но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов вопросы – каков объем инвестиций, а также другая значимая информация, которая будет оцениваться в соответствующих модулях конкурсного задания. Разделы бизнес-плана должны давать расширенную информацию о проекте и доказывать правильность расчетов.

Эксперт команды должен направить электронную копию Бизнес-плана с обязательными приложениями на электронный адрес главного эксперта чемпионата sokovag@mail.ru за четыре дня до начала чемпионата и не позднее 09.00 часов местного времени.

1. Бизнес-план в формате текстового редактора;
2. Обязательные приложения:
   - Видео ролик в формате mp4/avi/mov, длительностью не более 90 секунд.
   - Информационно-рекламный плакат в формате .jpeg.
   - Рецензия в формате .pdf.
   - Ссылка на опрос в электронной форме.
   - Материалы, подтверждающие проведение маркетингового исследования.
   - Финансовые расчеты в формате электронных таблиц .

Три бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены не позднее 09.00 часов местного времени за один день до начала чемпионата.

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться за один день до начала чемпионата оценивающими экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 15% общей оценки команды (заочное оценивание модуля А).

Если бизнес-план будет выслан на почту Главного эксперта с задержкой до 6 часов, то оценивающие эксперты выставят нули за судейские аспекты модуля А. Если задержка составит более 6 часов, то команде выставляются нули за все аспекты модуля А. Если одно или более обязательных приложений будет выслано на почту Главного эксперта после 9.00 местного времени за четыре дня до начала чемпионата, это влечет за собой обнуление соответствующего аспекта в схеме оценки.

Материалы следует присылать архивом, название которого должно содержать название проекта или региона (для отборочных соревнований или Финала).

Файлы в архиве следует обозначать следующим образом:

1. Для региональных чемпионатов:

Пример:

БП_Наименование проекта_Фамилия участника 1_Фамилия участника 2

2. Для отборочных чемпионатов и Финала:

Пример:

БП_Регион_Наименование проекта_Фамилия участника 1_Фамилия участника 2

1.2.Требования к формату бизнес-плана

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 БП должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку перед титульным листом и твердую непрозрачную обложку в конце. Все представленные материалы являются частью бизнес-плана. Текст печатается на одной стороне листа, используется сквозная нумерация страниц. Номер страницы проставляется внизу листа справа.

На титульном листе бизнес-плана проставляется дата и подписи конкурсантов, подтверждающие авторство.

В приложения выносится дополнительный материал, необходимый для подтверждения рассматриваемых положений: таблицы вспомогательных цифровых данных, инструкции, методический материал, компьютерные распечатки, иллюстрации вспомогательного характера, формы отчетности и другие документы. Страницы с приложениями входят в общий объем бизнес-плана.

1.3.Проверка авторства текста бизнес-плана

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы https://www.antiplagiat.ru/ или аналогичной (уточняется на форуме и в Методическом письме). Если процент оригинальности представленного бизнес-плана составляет менее 75%, это влечет за собой обнуление всех оценок за модуль А «Бизнес-план». При оценивании бизнес-плана дополнительно оценивается процент оригинальности, составляющий более 90%.

1.4. Требования к оформлению текста бизнес-плана

Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, TimesNewRoman, интервал 1,5 строки. Текст работы должен иметь следующие поля: левое – 30 мм, верхнее, нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. Допускается уменьшение межстрочного интервала до 1,0 и до 10 пп в таблицах. Также допускается применение диаграмм, построенных на компьютере с помощью программных продуктов. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

Основной текст работы должен быть выровнен по ширине с отступом 1,25 пп. Следует использовать автоматическую расстановку переносов в словах.

Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если размер таблицы превышает одну страницу, то таблицу следует размещать в Приложении. Все таблицы, если их несколько, нумеруются арабскими цифрами, без указания знака номера. Номер размещают в правом верхнем углу над заголовком таблицы после слова "Таблица...", например, Таблица 1, Таблица 2. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагаются по центру страницы и пишут с прописной буквы без точки в конце.

В качестве иллюстраций в работах могут быть представлены чертежи, схемы, диаграммы, рисунки и т.п. Все иллюстрации обозначают в тексте словом «рисунок». Иллюстрации могут быть выполнены на компьютере, как в черно-белом, так и в цветном варианте. Все иллюстрации должны быть пронумерованы (внизу, по центру). Нумерация сквозная, т.е. через всю работу. Если иллюстрация в работе единственная, то она не нумеруется. Все иллюстрации необходимо снабжать подписью, располагаемой под иллюстрацией в центре страницы после слов «Рис…».

Рисунки в зависимости от их размера располагают в тексте непосредственно после того абзаца, в котором данный рисунок был впервые упомянут, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении.

1.5. Требования к структуре бизнес-плана

На титульном листе должно быть указано название чемпионата, название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды, дата представления (дата дня - за один день до начала чемпионата) и подписи участников.

Вторая страница – Содержание.

На третьей странице размещается «визитка» команды, где должен быть представлен краткий обзор выбранного командой бизнеса, а также описание профессионального опыта, навыков и компетенций каждого члена команды, позволяющих добиться успеха.

Бизнес-план должен содержать следующие разделы:

1.Резюме бизнес-идеи

2.Описание компании

3.Целевой рынок

4.Планирование рабочего процесса (Если выбран модуль Планирование рабочего процесса.)

5. Маркетинговый план

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

1.6. Требования к оформлению финансовых расчетов (финансовая модель)

Данные, приведенные в бизнес-плане в электронной таблице, могут использоваться (в том числе – корректироваться) в ходе работы на площадке. Динамику необходимо показывать наглядно – схемы, графики, диаграммы.

Горизонт планирования расчетов финансовой модели должен составлять не менее 2-х лет. Финансовые расчеты представляются в виде отдельного файла в формате электронной таблицы. Названия листов финансовой модели, выполненной в электронной таблице, носят рекомендательный характер:

Лист 1 – данные для расчетов: % займа, натуральные величины, налоговые ставки региона и другие показатели необходимые для обоснования расчета.

Лист 2 Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат)

Лист 3 План на будущие периоды Доходов и расходов

Лист 4 Расчеты себестоимости продукции

Лист 5 План ДДС будущих периодов Доходов и расходов с указанием необходимого оборотного капитала.

Лист 6 Показатели деятельности

Ссылки в файле допустимы только внутри таблицы. Не допускаются внешние ссылки, скрытые ссылки на данные, таблицы, картинки. Если такие ссылки обнаруживаются в электронной таблице – значение ячеек полностью заменяются на данные.

1.7. Требования к оформлению информационно – рекламного плаката.

Информационно – рекламный плакат должен отвечать следующим требованиям:

1. Формат А3;
2. Полноцвет (3 и более цветов);
3. Назначение – реклама.
4. Формат файла .jpeg
5. Размер не более 150 Мб.

Рекламный плакат должен содержать визуальный образ продукта (услуги), логотип, слоган, актуальные контакты.

1.8. Требования к формату и содержанию видеоролика

Формат и требования к видеоролику:

1. В видеоролике должна присутствовать начальная заставка не менее 3 секунд (название проекта и фио авторов).

2. В видеоролике должна присутствовать конечная заставка не менее 3 секунд (название проекта + Контакты).

3. Размер ролика не должен превышать 150 Мб, продолжительность – не более 90 сек.

4. Формат ролика только в формате mp4/avi/mov.

5. В ролике должна присутствовать ссылка на правомерность используемых аудио и видео материалов.

1.9. Требования к внешней рецензии

В качестве приложения к бизнес-плану представляется внешняя рецензия сторонней организации, эксперты которой компетентны в теме разработанного проекта (бизнес-плана) на предмет реалистичности и реализуемости данного проекта (рекомендуемый объем – до 1 страницы шрифт 12 пп, TimesNewRoman, интервал 1,5 строки). Рецензию выдает организация, имеющая право на рецензирование бизнес-планов (Торгово–промышленная палата, Союз промышленников и предпринимателей России и т.п.). Рецензия не входит в общий объем бизнес-плана и предоставляется отдельно.

1.10. Требования к оформлению ссылки на опрос в электронной форме

Ссылка на опрос в электронной форме предоставляется в виде отдельного файла в текстовом редакторе, содержащего рабочую ссылку. Опрос должен содержать вопросы, необходимые и актуальные для данного статистического исследования. Вопросы должны быть составлены таким образом, чтобы исключить сомнения, что ответы на них, могут быть использованы во вред опрашиваемому.

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

Особые правила: Предоставление заведомо ложной или недостоверной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие аспекты!

Модуль Б: Наша команда и бизнес-идея

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 5 минут на одну команду +2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

В рамках данного модуля конкурсантам предстоит описать и обосновать профессиональный опыт, навыки и компетенции каждого участника, показать и обосновать распределение ролей и функциональных обязанностей участников команды, определить направления личного профессионального роста конкурсантов. Следует показать, каким образом команде удалось выйти

на конкретную бизнес-идею, представить метод(ы) генерации бизнес-идеи и обосновать свой выбор данного(х) метода(ов).

В этом модуле предъявляется непосредственно сама бизнес-идея (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи и обоснование применения данного метода. Кроме того, необходимо указать не менее 3 конкурентных преимуществ вашей фирмы (проекта), продукции или услуги.

Команда должна проанализировать рынок и отрасль, к которым относится выбранная бизнес-идея, с использованием методики «5 сил Портера» или подобной.

В качестве ключевой модели рекомендуется использование бизнес – модели Александра Остервальдера, которую необходимо составить для собственной фирмы (проекта).

Требуется как можно более точно и полно описать продукт или услугу – их качественные характеристики, назначение и область применения, конкурентоспособность, необходимость лицензирования, степень готовности к выпуску, очевидную полезность (выгоду) для потребителя. Если вы производите и реализуете не один вид продукции, то возможно описание по группам товаров.

Необходимо показать процесс принятия решения в команде, способы разрешения конфликтов.

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

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

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

Модуль В: Целевая группа

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 5 минут на одну команду +2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

Конкурсанты должны обосновать важность определения целевой аудитории, описать и применить широко известные методики сегментирования. Определить и детально описать целевую(ые) группу(ы) для собственного бизнеса (несколько качественных характеристик, на которые будет нацелен продукт/услуга компании, а также определенную сферу бизнеса, к которой относится выбранная целевая аудитория (B2C, B2B или B2G). Кроме этого, должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию.

Участники команды должны, с использованием официальных статистических данных (наличие на слайдах рабочих ссылок) и коммуникационных приемов (обязательно наличие анкеты и ссылки на базу данных исследования в google-форме), максимально точно и достоверно оценить размер всей потенциальной целевой аудитории, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении, а также обосновать и определить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой аудитории, которую планирует занять компания в процессе своей деятельности. Необходимо также, опираясь на маркетинговый бюджет и проведенные рекламные кампании, определить фактический и планируемый охват целевой аудитории, если компания уже осуществляет свою деятельность.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации. Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю В.

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

Модуль Г: Маркетинговое планирование

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 5 минут на одну команду +2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

Участникам, с помощью методов стратегического анализа, необходимо определить измеримые и достижимые цели и задачи в области маркетинга, проанализировать конкурентную среду по нескольким показателям,

определить и обосновать выбор маркетинговой стратегии, выбрать каналы продвижения и сбыта, а также стратегию ценообразования.

Конкурсанты должны определить маркетинговые инструменты, применимые на протяжении всего жизненного цикла клиента, и наиболее эффективные для данного продукта/услуги и целевой аудитории.

При планировании маркетинговых мероприятий необходимо принимать в расчет формулу 4 «Р», объяснять её применительно к выбранному продукту/услуге, анализировать взаимовлияние элементов этой модели.

Команде надо разработать детальный маркетинговый план для этапа запуска и дальнейших этапов функционирования проекта, который отражает выбранную маркетинговую стратегию.

В соответствии со стратегией участникам необходимо выбрать и обосновать рекламную модель, а также определить и обосновать основные рекламные мероприятия. Уметь рассчитывать их стоимость и анализировать эффективность их применения с помощью разнообразных методов оценки, корректно определять маркетинговый бюджет.

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. Для обеспечения репрезентативности выборки, необходимо, чтобы в опросе приняло участие не менее 1% от доли, которую компания планирует занять на выбранном рынке. Приветствуется проведение полевых исследований, глубинных интервью и других коммуникативных способов выявления предпочтений целевой аудитории.

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации

Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю Г.

Модуль Д: Планирование рабочего процесса

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 5 минут на одну команду +2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

Этот модуль направлен на визуализацию бизнес-процессов с использованием различных современных методик, приемов структурирования и нотаций, приветствуется применение специализированных программных продуктов.

Необходимо определить и обосновать выбор ключевых бизнес-процессов, выстроить их в логичной последовательности. При планировании реализации своего проекта необходимо применять методики (концепции) управления производством (бизнес-процессами), а также пояснять основные моменты этой методики на собственном примере. Также необходимо определить потребность в различных ресурсах для, как минимум, ключевых бизнес-процессов.

Участники должны показать и обосновать позитивный и негативный сценарии развития бизнеса, разработать антикризисный план и наметить возможные пути выхода из проекта.

При определении бизнес-процессов, необходимо отнести их к определенным группам: управляющие, операционные и поддерживающие, а также представить показатели их результативности и эффективности.

В этом модуле также определяется организационная структура компании и возможность изменения организационной структуры на различных этапах бизнес-проекта (этап запуска, этап роста и этап устойчивого развития бизнеса).

В модуле оцениваются фактически примененные методы и средства управления и структурирования бизнес-процессов. Для планирования реализации проекта используйте информационные программные средства.

Результаты работы над модулем представляются в виде презентации. Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю Д.

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

Модуль Е: Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 5 минут на одну команду +2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

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.

Участникам необходимо представить и обосновать свой способ ведения бухгалтерского учета.

В этом модуле необходимо использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп при определении прогнозных объемов продаж.

В рамках данного модуля участники должны составить бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс, обосновать выбор системы налогообложения, рассчитать налоговые платежи, а также рассчитать и интерпретировать значимые экономические показатели (PP, DPP, NPV, IRR, IP и другие).

При расчете стоимости продукции желательно воспользоваться как минимум одной из известных моделей калькуляции расходов (direct-costing, absortioncosting, standard-costing, activitybasedcosting и пр.), а при обосновании ценообразования – моделями или методами ценообразования (затратные, рыночные, параметрические и пр. методы).

Расчеты должны быть реалистичными и правильно выполненными. Кроме того, необходимо обратить внимание на практико-ориентированность, с одной стороны, и на точные расчеты, с другой стороны.

Расчеты по прибылям и убыткам должны быть реалистичными и правильно выполненными. Все расчёты выполняются в электронных таблицах. Участники должны быть осведомлены о том, что жюри обращает внимание на понимание расчетов стоимости и проверяет, являются ли цифры реалистичными.

Оценивающие эксперты проверяют корректность расчетов финансовых показателей, ориентируясь на презентацию, финансовую модель и данные, указанные в бизнес-плане.

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

Защита модуля проводится в форме публичной презентации. Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю Е.

Модуль Ж: Продвижение и презентация компании (фирмы, проекта) в регионе

Время на выполнение модуля: 1 час

Защита модуля (продолжительность презентации) 7 минут на одну команду + 2 минуты на дополнительные вопросы оценивающих экспертов

Описание задания:

Презентация компании должна включать наиболее важные аспекты всех модулей (от А до Ж).

Оформление слайдов презентации в PowerPoint должно соответствовать сложившимся правилам оформления деловых презентаций (разумное количество шрифтов и размера шрифта, продуктивное использование пространства слайда и др.). Слайды презентации должны быть читаемы и комфортны для зрительного восприятия. В данном модуле необходимо продемонстрировать то, каким образом компания будет осуществлять коммуникации со своими деловыми партнерами и клиентами, умения пользоваться различными программными средствами для целей бизнеса.

Участники должны продемонстрировать умения владения навыками деловой переписки, составления коммерческих предложений, с помощью которых они планируют или осуществляют свои коммуникации.

Необходимо показать, каким образом участники проекта используют в своей деятельности социальные сети, электронную почту. Экспертное жюри проверяет и оценивает полноту и качество контента представленных аккаунтов в социальных сетях, наполненность, информативность сайтов компаний/проектов.

Приветствуется работа по продвижению и развитию собственной компании/проекта в рамках проведения регионального чемпионата (отборочных соревнований/Финала национального чемпионата), которая должна быть подтверждена соответствующими документами (протоколами и соглашениями о намерениях, заключенными договорами и т.д.).

Необходимо продемонстрировать реальные прототипы своей продукции/услуги.

Постарайтесь продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю Ж: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно.

Оценка презентации строится на основе учета способности участников приводить доводы и обоснованные аргументы, демонстрировать грамотную устную речь и командную работу, а также способность быстро реагировать на различные форс-мажорные обстоятельства.

Отдельным критерием в презентации является саморефлексия – способность участников отслеживать собственное движение в рамках чемпионата, учитывать и исправлять ошибки, на которые указало экспертное жюри.

Отдельно оценивается дресс-код участников команды. Рекомендованная форма одежды при защите модуля Ж: для мужчин - официальный пиджак или жакет черного/синего/серого цвета, черные/синие/серые брюки, белая рубашка, черный/синий/серый галстук без рисунка или с символикой чемпионата, черные/синие/серые носки и черные/синие ботинки. Для женщин: официальный пиджак или куртка темного цвета, черные/синие/серые брюки или юбка до колен, белая блузка без воротника или с небольшим воротником, черные или телесного цвета бесшовные колготки (чулки) и черные/синие туфли.

Предоставление заведомо ложной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие критерии.

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ[2]

Выбор командной формы проведения чемпионатов по компетенции Предпринимательство обусловлен спецификой и практикой осуществления предпринимательской деятельности. Работая в команде, участники которой обладают разными компетенциями, легче выйти на бизнес-идею, распределить роли и обязанности, эффективно вести предпринимательскую деятельность и принимать эффективные управленческие решения.

Соревнования по компетенции «Предпринимательство» проводятся по модульному принципу в два этапа:

1. Заочный этап: до начала чемпионата участниками выполняется Модуль А (проведение маркетингового исследование, подготовка бизнес-плана, получение на него профессиональной рецензии, разработка рекламного плаката и ролика);

2. Очный этап в дни чемпионата: выполняются модули Б - Ж.

Главный эксперт распределяет Экспертов по группам (состав группы не менее трех человек) для выставления оценок. Каждая группа должна включать

[2] *Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.*

в себя как минимум одного опытного эксперта. Эксперт не оценивает участника из своей организации/региона.

Модуль А Бизнес-план оценивается экспертами в день, предшествующий началу соревнований.

В первый соревновательный день проходит публичное собеседование по сути и форме представленных бизнес- планов (Модуль А. Бизнес-план) (если это необходимо). Рабочие модули Б -Ж будут представлены жюри и зрителями на соревновательной площадке. Члены жюри оценивают усилия участников и присуждают баллы в соответствии с критериями.

Каждый модуль подробно обсуждается до начала работы, чтобы неясные вопросы, которые могут возникнуть в процессе соревнования, были прояснены заранее. Не позднее, чем за месяц до чемпионата публикуется Конкурсное задание, которое в основе своей будет иметь те же модули, которые приведены в настоящем Техническом описании, в соответствие с которым участники разрабатывают бизнес-планы своих проектов. Рекомендуется, чтобы тема проекта, проектная идея соотносились с рынками НТИ, были направлены на развитие движения Профессионал, поддержку здорового образа жизни, развитие молодежного туризма, образования и пр. Требования к оформлению бизнес-планов приведены выше.

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Отсутствует.

2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

Участникам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи (карты памяти, а также средства коммуникации, например, мобильные телефоны).

3. Приложения

Приложение №1 Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания
Приложение №2 Матрица конкурсного задания
Приложение №3 Критерии оценки
Приложение №4 Инструкция по охране труда по компетенции «Предпринимательство».