

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Предпринимательство»

	№ R 11
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	ОСНОВНАЯ
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЧЕМПИОНАТ	ЮНИОРЫ

Оглавление

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС	3
1.1. <i>Наименование компетенции</i>	3
1.2. <i>Описание компетенции</i>	3
1.3. <i>Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс</i>	4
1.4. <i>Специальные правила компетенции</i>	12
1.5. <i>Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции</i>	13
2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА	14
НАПРАВЛЕНИЕ «ЮНИОРЫ»	14
2.1 <i>Особые правила</i>	14
2.2 <i>Особенности внедрения</i>	14
2.2 <i>Особые требования к конкурсантам</i>	14
2.3 <i>Особые требования к экспертам</i>	14
2.3 <i>Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции</i>	14
2.4 <i>WSSS</i>	16
2.5 <i>Требования к конкурсному заданию</i>	16
2.5.1. <i>Тип конкурсного задания</i>	20
2.6 <i>Требования к схеме оценки</i>	21
2.6.1 <i>Матрицы пересчета WSSS в критерии оценки</i>	21
2.6.2 <i>Методика оценки компетенции</i>	21
2.7 <i>Специальные материалы, оборудование, инструменты</i>	24
2.7.1 <i>Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе</i>	24
2.7.2 <i>Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке</i>	24

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС

1.1. *Наименование компетенции*

Предпринимательство/ Entrepreneurship

1.2. *Описание компетенции*

Это командные соревнования (в каждой команде два участника) в области предпринимательства и развития бизнеса, двух-трехдневный конкурс, ориентированный на реальные жизненные условия и среду. В группах по два человека участники развивают компании (проекты) на основе ранее разработанного бизнес-плана и представляют свои наработки для экспертной оценки жюри конкурса. На протяжении конкурса, решая каждый день различные задачи, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что соревнующиеся команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте.

Описание соответствующих рабочих ролей и занятий

Предприниматель - это тот, кто проявляет инициативу, организуя предприятие, чтобы воспользоваться возможностью, и, как лицо, принимающее решение, решает, что, как и сколько товара или услуг будут произведены. Предприниматели, как правило, самозанятые, хотя также могут быть предприниматели в фирме, которые используют предпринимательские навыки, не подвергаясь рискам, связанным с этой деятельностью. Это, как правило, сотрудников компании, которым предложена специальная идея или проект и поручено разработать проект как предпринимателю. Основная их работа - превратить эту специальную идею или проект в выгодное предприятие для компании.

Разработчик бизнеса занимается аналитической подготовкой потенциальных возможностей роста компании, а также последующей поддержкой и мониторингом ее реализации. Технические навыки, задействованные для всех упомянутых выше областей, - это разработка и оценка бизнес-плана, включая такие аспекты, как финансовые документы, структура компании, целевая группа и т. д. а также реальный старт-ап и дальнейшее развитие компании.

Предприниматель /Разработчик бизнеса/ может работать в нескольких секторах в зависимости от бизнес-идеи и области, в которой была основана компания. Время предпринимателя распределяется между его / ее офисом, производственными объектами в случае, если бизнес - идея предполагает строительство прототипа или разработку продуктов, офисами внешних партнеров (например, бухгалтеров, техников) и встречами с другими учреждениями (например, банками, бизнес-инкубаторами). Разработчик бизнеса в основном работает в помещениях компании, которую он/она занимается в данный момент, а также проводит встречи с руководителями банка, бухгалтерами, налоговыми органами и т. д.

Предприниматель обычно работает над проектом с самого начала основания компании. Бизнес-девелопер отвечает за определенные задачи внутри компании. Бизнес-девелопер вовлекается, когда компания уже создана и помогает развивать ее дальше. Предприниматель / Бизнес-девелопер действует по личной инициативе. Идея для создания компании может быть внутренней - это означает, что бизнес-идея основана на желании улучшить или изменить ситуацию, или внешнюю - это означает, на основе внешних влияний. Бизнес-разработчик проверяет текущую ситуацию в бизнесе и делает предложения по будущим разработкам.

Предприниматель должен разработать бизнес-план. Это включает в себя описание бизнес-идеи, структуру компании, планируемой для запуска, четкое определение целевого рынка, финансовый план, включающий в себя расчет стартовых затрат, постоянных и переменных затрат на ведение бизнеса, а также подробный график. Все эти шаги должны быть сосредоточены на этических соображениях и учитывать экологическую, социальную и коммерческую устойчивость. В процессе запуска предприниматель тесно сотрудничает с менеджерами банков, бизнес-инкубаторами и стартап-центрами, юристами и государственными учреждениями, такими как Торгово-промышленная палата.

Таким образом, предприниматель может создать бизнес-план для бизнес-модели и контролировать риски при реализации бизнес-модели. Разработчик бизнеса может проанализировать концепцию организации или бизнеса и внести предложения по дальнейшему развитию. Предприниматель может самостоятельно спланировать поэтапный подход к управлению проектом и оценить его после успешного завершения. Он может организовать бизнес-стартап и оценить правильность финансирования. Он может интегрировать экономические, экологические и социальные критерии в среднесрочные и долгосрочные бизнес-планы и таким образом достичь конкурентных преимуществ. Предприниматель / Бизнес-разработчик может работать с другими и согласовывать решения, а также оценивать влияние своих собственных навыков ведения переговоров и убеждения.

Бизнес-разработчик также называется Business development manager. Он может взять на себя несколько разных ролей в одном проекте, которые влияют на долгосрочное будущее компании. В целом, Бизнес-разработчик ищет новые способы для компании, чтобы заработать деньги.

Другой возможностью для успешных предпринимателей может быть работа в качестве бизнес-ангелов, которые предоставляют стартовый или растущий капитал в перспективных предприятиях, а также помогают советами и контактами. Такие инвесторы, как правило, работают в одиночку (или в очень небольших группах) и играют лишь косвенную роль в качестве консультантов в деятельности фирмы-объекта инвестиций.

Все сказанное о предпринимателях также относится к Бизнес-девелоперам, которые нуждаются в той же квалификации, навыках и способностях, что и предприниматели, с той лишь разницей, что они заняты в компании, они не являются самозанятыми.

В рамках движения «Молодые профессионалы (WSR)» участники проходят, как правило, несколько фаз своего развития и становления в качестве предпринимателей: от Бизнес-разработчика (Бизнес-девелопера) в «чужом» проекте, до развития собственного бизнеса, предпринимательской фирмы.

1.3. Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс

Перечень профессиональных навыков, умений и знаний специалиста.

№ п/п	Раздел
1	Бизнес-план
	Специалист должен знать и понимать: <ul style="list-style-type: none"> — роль и значение бизнес-плана; — существенные различия типов бизнес-планов (Коммерческо- производственный; инвестиционный; антикризисный; диверсификационный; «учебный»); — применение способов «генерации» и выбора бизнес-идеи; — методы оценки реализуемости бизнес- идеи (включая затраты, риски и гарантии);

	<ul style="list-style-type: none"> — коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней; — важность выбора подходящего названия компании; — как оценивать 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) — способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — различать типы бизнес-планов (Коммерческо-производственный; инвестиционный; антикризисный; диверсификационный; «учебный»), — делать обоснованный выбор подходящего типа бизнес-плана; — разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план предпринимательского проекта; — развивать идеи до коммерческих-предложений; — оценивать риски, связанные с бизнесом; — создавать, анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса; — 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; — Проводить анализ ближнего внешнего окружения — обосновывать ценности и оценивать миссию проекта/бизнеса и цели; — с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; — представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.). — получить независимую оценку/рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план) — демонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности. тезис.
2	Организация работы
	<ul style="list-style-type: none"> — Специалист должен знать и понимать: — значение эффективного планирования и организации труда; — значение организации эффективной деловой переписки и пересылки документов — положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; — важность поддержания рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества. — актуальность и востребованность на рынке труда формируемых бизнесом/бизнес-идеями. <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — применять проактивный подход/позицию 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;

	<ul style="list-style-type: none"> — планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок
3	Формирование навыков коллективной работы и управление
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — важность постоянного профессионального роста; — важность слаженной командной работы; — сильные и слабые стороны каждого члена команды; — перспективы для достижения успеха команды; — важность формирования мотивации к труду (потребности к приобретению профессии). <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; — оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; — оценивать роль каждого участника команды/проекта; — 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 участников команды; — применять способы и приемы поиска информации, связанной с профессиональной деятельностью и предметностью проекта
4	Целевая аудитория
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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. <p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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.
5	Бизнес-процесс
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Суть бизнес-процессов, которые управляют функционированием системы(управляющие: Корпоративное управление, Стратегический менеджмент); — Суть бизнес-процессов, которые составляют основной бизнес компании и создают

	<p>основной поток доходов(операционные: Снабжение, Производство, Маркетинг, Продажи и взыскание долгов.);</p> <ul style="list-style-type: none"> — Суть бизнес-процессов, которые обслуживают основной бизнес (поддерживающие: Бухгалтерский учет, Подбор персонала, Техническая поддержка и др.); — Аннотации, применяемые для моделирования бизнес- процессов(BPMN — функциональная последовательность работ; EPC — событийная последовательность работ; IDEF0 — логическая последовательность работ); — Описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров/услуг; — Описание полного жизненного цикла бизнес-процесса; — Пошаговое развития бизнес-процессов, от идеи до получения результата; — Суть и способы планирования работ (в т.ч. диаграмму Гантта); — Коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы; — обеспечивать проработку бизнес-процессов в полноте и логичности; — делать обоснованный выбор нотации, применяемой для моделирования бизнес-процессов в собственном проекте (BPMN; EPC; IDEF0); — описывать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы в рамках собственного бизнеса/проекта; — строить диаграмму Гантта (как минимум, на период от 1 месяца до и от 2 месяцев после чемпионата); — эффективно объяснять бизнес-процессы разным аудиториям и с разной целью (в том числе – воспроизводить бизнес-процессы схематично в соответствии с выбранной нотацией (BPMN; EPC; IDEF0)).
6	<p>Маркетинговое планирование/Формула маркетинга</p>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion); — взаимовлияние элементов 4 «Р»; — 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. <p>Специалист должен уметь:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> — проводить исследования рынка. Понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет. — планировать и определять каналы и связи сбыта. Стратегическое видение на высоком уровне и тактика для передачи сообщения целевой аудитории. Это включает в себя медиа-каналы, стратегию контента и время. — разрабатывать и планирование маркетинговых программ. Прочный маркетинговый план и контент-календарь является основным продуктом для любого организованного отдела маркетинга. — создавать маркетинг вирусного контента. — маркетинг по влиянию. Платить людям, знаменитостям и нишам,влиять на продвижение вашего бренда. Знание того, как координировать маркетинговую программу влияния. — управлять проектами. Эффективность продаж (затраты на привлечение и удержание клиента). — управлять бюджетом и финансовыми потоками. — проводить холодные звонков. — SMO, email-рассылки и сбор базы подписчиков. — принципы создание контента (Копирайтинг).Создавать все виды контента — сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографика, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы. — медийная сеть (блоггеры, влиятельные лица, редакторы). Наличие существующей сети блоггеров, влиятельных лиц или редакторов. Особенно в нишевом пространстве. Это может быть чрезвычайно ценным и может использоваться в качестве инструмента для ведения переговоров с точки зрения найма на работу, заключения контрактов или получения более высоких зарплат. — разрабатывать технические заданий для подрядчиков — (дизайнеров/копирайтеров/программистов и т.п.) — создавать обратную связь с потребителями. Предоставление и получение отзывов. — формировать отчетность по маркетинговым программам. Анализ KPI маркетинга по основным показателям. — разрабатывать промо-акции. — пояснять значение маркетинга для бизнеса; — принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р»; — оценивать разные средства рекламы; — оценивать разные рекламные стратегии; — рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; — оценивать эффективность рекламных мероприятий; — рассчитать стоимость привлечения одного клиента; — обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий
7	<p>Устойчивое развитие</p>
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — преимущества устойчивого развития; — необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса; — реализация стратегий развития бизнеса с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам; — условия появления этических проблем; — осуществимость планов по устойчивому развитию бизнеса; — актуальность планов по устойчивому развитию бизнеса; — важность всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; — необходимость специально разработанных плановпо устойчивому развитию для отдельных направлений бизнеса;

	<ul style="list-style-type: none"> — знать содержание основных целей устойчивого развития ООН; — практическую сторону устойчивого развития бизнеса; — важность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; — актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; — значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса.
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — отдавать приоритет устойчивому развитию бизнеса; — анализировать различные области устойчивого развития; — оценивать важность экологической, социальной и экономической устойчивости; — пояснять необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса; — оценивать важность и значение устойчивого развития бизнеса для будущих поколений; — указывать на актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; — обосновывать значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; — реализовывать специально разработанные планы по устойчивому развитию в конкретных компаниях; — оценивать практическую сторону устойчивого развития бизнеса; — разрабатывать практические примеры для конкретных направлений бизнеса; — оценивать эффективность устойчивого развития; — объяснять меры по устойчивому развитию различным аудиториям и с разной целью; — обосновывать и оценивать конкретные меры по устойчивому развитию; — определять различные области устойчивого развития; — описывать преимущества устойчивого развития; — проводить оценку человеческих ресурсов, привлекаемых в условия появления этических проблем; — осуществимость планов по устойчивому развитию бизнеса; — актуальность планов по устойчивому развитию бизнеса; — важность всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; — необходимость специально разработанных планов по устойчивому развитию для отдельных направлений бизнеса; — знать содержание основных целей устойчивого развития ООН; — практическую сторону устойчивого развития бизнеса; — важность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; — актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; — значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса. — проект (топ-менеджмент, команда, инвесторы/спонсоры, партнеры и др.); — предусматривать возможность дальнейшего развития/варианты выхода из проекта; — осуществлять мотивацию персонала/участников бизнес-проекта (не только финансовую); — предлагать реализацию стратегий с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам; — обосновывать причины выбора конкретных организационных структур; — использовать коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов.
8	Финансовые инструменты
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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

9	Продвижение фирмы/проекта. Презентация компании
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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; — 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.
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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, 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.

1.4. Специальные правила компетенции

Вид соревнований: Командные соревнования, в каждой команде два человека

Это командные соревнования (в каждой команде два участника) в области предпринимательства и развития бизнеса, двух-трехдневный конкурс, ориентированный на реальные жизненные условия и среду. В группах по два человека участники развивают компании (проекты) на основе ранее разработанного бизнес-плана и представляют свои наработки для экспертной оценки жюри конкурса. На протяжении конкурса, решая каждый день различные задачи, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что соревнующиеся команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте.

1.5. Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции

Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции Ворлдскиллс. Данный документ необходимо использовать совместно со следующими документами:

- Нормативные документы, регламентирующие деятельность Автономной некоммерческой организации «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)»;
- Регламенты чемпионатов по стандартам и методике Ворлдскиллс Том А, Том Б;
- Конкурсная документация: Конкурсное задание, Схема оценки, Инфраструктурный лист, План застройки, Инструкция по охране труда и технике безопасности, Методика оценивания (при наличии).

Отдельные разделы технического описания компетенции, посвященные различным направлениям подготовки специалистов могут быть использованы, как отдельно, так и в сочетании в рамках одного мероприятия в соответствии с регламентом этого мероприятия.

2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА

НАПРАВЛЕНИЕ «ЮНИОРЫ»

Соревнования по направлению «Юниоры» могут проводиться, как самостоятельно, за рамками чемпионатных линеек, так и в рамках чемпионатов региональной, вузовской, корпоративной и других линеек.

2.1 *Особые правила*

Возрастной ценз: 14–16 лет.

Общая продолжительность Конкурсного задания: 12 ч.

Тип соревнования: командный.

Количество конкурсантов в команде: 2 чел.

Количество конкурсных дней - 3 дня.

2.2 *Особенности внедрения*

Отсутствуют

2.2 *Особые требования к конкурсантам*

Отсутствуют

2.3 *Особые требования к экспертам*

Отсутствуют

2.3 *Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции*

Определяется профессиональной областью специалиста и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту.

№ п/п	Наименование задачи и/или трудовой функции
1	Развитие инновационной творческой деятельности в процессе решения прикладных задач;
2	Применение представлений о социальных и этических аспектах предпринимательской деятельности;
3	Применять экологическое мышление в разных формах деятельности;
4	Развитие собственных представлений о перспективах своего профессионального образования и будущей профессиональной деятельности;
5	Приобретать и анализировать практический опыт, соответствующего интересам и способностям (профессиональная ориентация);
6	Включаться в процессы преобразования социальной среды населенного пункта, формирования лидерских качеств, опыта социальной деятельности, реализации социальных проектов и программ;
7	Формировать опыта самостоятельной образовательной, общественной, проектно-исследовательской и художественной деятельности;
8	Применять экологическую грамотность, навыков

	здорового и безопасного для человека и окружающей его среды образа жизни;
9	Использовать систему знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;
10	Использовать знания о экономических институтах, их роли в социально-экономическом развитии общества; понимание значения этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества; уважительного отношения к чужой собственности;
11	Демонстрировать образцы экономического мышления: умения принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;
12	Владеть навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет;
13	Умение различать факты, аргументы и оценочные суждения;
14	Анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в реальной жизни;
15	Применять навык проектной деятельности: умение разрабатывать и реализовывать проекты на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;
16	Применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей потребителя, производителя, покупателя, продавца, заемщика, акционера, наемного работника, работодателя, налогоплательщика)
17	Способность к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности в области предпринимательства; знание особенностей современного рынка труда, владение этикой трудовых отношений; понимание места и роли России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях в России и в мир
18	Владеть приемами работы со статистической, фактической и аналитической экономической информацией; умение самостоятельно анализировать и интерпретировать данные для решения теоретических и прикладных задач
19	Аргументировать собственную точку зрения по показателям экономической эффективности проекта;

20	Демонстрировать навыки коммуникативной, учебно-исследовательской деятельности, критического мышления;
21	Определять и ставить цели исследования, планирования работы, отбора и интерпретации необходимой информации, структурирования аргументации результатов исследования на основе собранных данных, презентации результатов.

2.4 WSSS

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Модуль А – Анализ ситуации и разработка резюме проекта	15
2	Модуль В – Финансовая модель и устойчивое развитие проекта	17
3	Модуль С – Бизнес-процессы и планирование запуска бизнес-проекта	17
4	Модуль D – Анализ целевой аудитории и разработка плана маркетинга	15
5	Модуль Е – Презентация бизнес-проекта	16

2.5 Требования к конкурсному заданию

Описываются требования к Конкурсному заданию и его содержанию, разбивка на модули и их общее содержание. Любые элементы конкурсного задания, которые не описаны в данном разделе, не могут быть предложены конкурсанту к выполнению. Все предконкурсные обсуждения конкурсного задания проходят на особом форуме (<http://forums.worldskills.ru>) на канале компетенции. Модератором канал компетенции может являться Международный эксперт, Менеджер компетенции/Корневой эксперт.

№ Модуля	Наименование Модуля	Время на выполнение Модуля, ч./в день	Предполагаемый день выполнения модуля (С1, С2, С3)
1	Модуль А – Анализ ситуации и разработка резюме проекта	3 часа 15 мин	С1
2	Модуль В – Финансовая модель и устойчивое развитие проекта	2 часа	С2
3	Модуль С – Бизнес-процессы и планирование запуска бизнес-проекта	2 часа	С2
4	Модуль D – Анализ целевой аудитории и разработка плана маркетинга	2, 5 часа	С3
5	Модуль Е–Презентация бизнес-проекта	1 час	С3

№ Модуля	Описание задания в Модулях
1	<p>Модуль А – Анализ ситуации и разработка резюме проекта Данный модуль включает разделы «Бизнес-план», «Презентация компании» Спецификации стандартов и составляет 15% от общей оценки.</p> <p>Участники команды представляют бизнес-идею проекта и роли участников команды в реализации бизнес-идеи проекта. Используя открытые информационные источники должны проанализировать и описать запрос всех заинтересованных сторон, в том числе запрос заказчиков, контрагентов, других заинтересованных сторон. Сформулировать гипотезы о бизнес-идее и доказать жизнеспособность (реализуемость) бизнес-идеи. Оценить и описать</p>

доступные и необходимые ресурсы для реализации проекта.

Проанализировать спрос на разрабатываемый товар/услугу, а также потребности потенциальных потребителей. Команда должна проанализировать рынок и отрасль, к которым относится выбранная бизнес-идея. Определить целевую аудиторию с использованием методов и/или концепций сегментации.

Сформулировать миссию, цели и задачи бизнес-идеи. Разработать календарный план работы на этап запуска 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. Проанализировать и сформулировать риски выбранной бизнес-идеи. Провести анализ конкурентов.

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

Обязательные разделы резюме:

Название проекта

Данные команды

Сроки проекта

Стоимость проекта

Аннотация проекта

Актуальность

Идея проекта

Описание проекта

Миссия, цели и задачи проекта

Основные целевые группы, на которые направлен проект

Методы реализации проекта

Анализ конкурентов

Анализ рисков

Календарный план реализации проекта

Доступные ресурсы

Смета расходов

Ожидаемые результаты

Методы оценки (способы оценки результатов)

Опыт работы

Портфолио команды проекта

Работа выполняется в форме “Резюме проекта”. Пример: РП_Регион_Наименование проекта_Фамилия участника 1_Фамилия участника 2. К резюме можно прикладывать приложения, ссылки на которые есть в резюме, но не более 3 страниц суммарно, шрифтом Times New Roman 12 кеглем. А также, результаты работы над модулем оформляются в презентацию для публичного выступления.

Модуль В - Финансовая модель и устойчивое развитие проекта.

Данный модуль включает разделы «Устойчивое развитие», «Финансовые инструменты».

Участники команды должны, с использованием официальных статистических данных и коммуникационных приемов, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой аудитории, на которую направлены производимые компанией продукты/услуги в количественном отношении и стоимостном выражении.

На основании ранее проведенного учета имеющихся для реализации идеи ресурсов определите потребность в недостающих ресурсах для проекта.

Необходимо указать коды ОКВЭД, соответствующие основной и всем дополнительным направлениям деятельности компании. Определить необходимость ВЭД, стоимости

импортных/экспортных пошлин, сборов за сопровождение и оформление грузов, НДС и акцизов или обосновать отсутствие. Выбрать оптимальную организационно-правовую форму. Определить потребность в лицензировании/сертификации/аккредитации деятельности.

Необходимо подумать и выбрать, с помощью каких организаций и на каких условиях компания будет производить денежный оборот и бухгалтерский учет и определить расходы на их обеспечение.

При планировании проекта следует учитывать налоговые ставки и страховые взносы, актуальные для региона реализации проекта, а также возможности к получению льготных условий. Необходимо определить ставку дисконтирования, основываясь на актуальных данных.

Участники должны моделировать потоки денежных средств на период не менее 3 лет.

Следует составить бюджет инвестиций. При расчете стоимости продукции необходимо воспользоваться одной из известных моделей калькуляции расходов direct-costing или absorption costing.

Участники должны составить бюджет доходов и расходов, опираясь на план продаж, понимая зависимость прибыли проекта от переменных. Рассчитать и интерпретировать значимые экономические показатели без учета дисконтирования NV, ARR, PP, PI, а затем с учетом рассчитанной ставки дисконтирования DPP, NPV, IRR, обращая внимание на различия полученных данных.

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.

Все расчеты выполняются в электронных таблицах. Участники должны быть осведомлены о том, что жюри обращает внимание на понимание расчетов стоимости и проверяет, являются ли цифры реалистичными.

Модуль С - Бизнес процессы и планирование запуска бизнес-проекта

Данный модуль включает разделы «Организация работы», «Формирование навыков коллективной работы», «Бизнес-процесс» Участники команды должны, с использованием современных ресурсов, максимально точно построить план запуска бизнес-проекта, а также проанализировать и представить бизнес-процессы, в том числе управляющие, операционные и поддерживающие.

Участникам команды также предстоит визуализировать бизнес-процессы с использованием различных современных методик, приемов структурирования, приветствуется применение специализированных программных продуктов (например Asana, miro и пр.).

В качестве ключевой модели рекомендуется использование бизнес – модели Александра Остервальдера. В бизнес модели обратить внимание на:

- Вид деятельности
- Ценностное предложение
- Потребительские сегменты
- Ресурсы
- Доходы
- Издержки

Необходимо определить и обосновать выбор ключевых бизнес-процессов, выстроить их в логичной последовательности, определить показатели эффективности для бизнеса и определить ресурсы для показателей результативности тех или иных бизнес-процессов, выделить и проанализировать критические стадии бизнес-процессов, сформулировать риски для критических стадий, продумав возможные пути смягчения этих стадий. Описать изменения бизнес-процессов в связи с наступлением тех или иных рисков. Также определить потребность в финансовых, материальных, информационных и трудовых ресурсах для своего бизнес-проекта.

Участники должны показать и обосновать позитивный и негативный варианты развития

3

	<p>бизнеса, разработать антикризисный план и наметить возможные пути выхода из проекта.</p> <p>В этом модуле определяется организационная структура компании и возможность изменения организационной структуры на различных этапах бизнес-проекта (этап запуска, этап роста и этап устойчивого развития бизнеса).</p> <p>Необходимо постараться продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю С1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально.</p>
4	<p>Модуль D - Анализ целевой аудитории и разработка плана маркетинга</p> <p>Данный модуль включает раздел «Целевая аудитория», «Формула маркетинга»</p> <p>Маркетинг отвечает за привлечение клиентов. Устанавливая маркетинговые задачи, отталкивайтесь от целей бизнеса. Допустим, общая цель — увеличить прибыль на 15%. Подумайте, как маркетинг поможет в этом. Участники определяют и детально описывают целевые группы (приводятся качественные характеристики), на которые будет нацелен продукт/услуга компании. Должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию.</p> <p>Определяется отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого взаимодействия, к определенному товару/услуге.</p> <p>Что должно быть прописано в разделе:</p> <ul style="list-style-type: none"> краткая характеристика целевой аудитории; оценка платёжеспособности целевой аудитории; конкурентные преимущества продукта; стратегия ценообразования; рекламная тактика. <p>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). А также компания разрабатывает и обосновывает выбор рекламных моделей.</p> <p>При разработке маркетинговой стратегии необходимо показать ее практическую ориентированность, оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии, продемонстрировать владение различными видами анализа.</p> <p>Конкурентные преимущества продукта старайтесь оценивать с точки зрения клиента, а стратегию ценообразования вырабатывайте на основе данных о целевой аудитории. Используйте только те рекламные каналы, которые подходят для продукта. От теории переходите к практике: спланируйте конкретные действия и заложите эту статью расходов в бюджет рекламной кампании.</p> <p>Результаты работы над модулем представляются в виде проработанного плана маркетинга.</p>
5	<p>Модуль E - Презентация бизнес-проекта</p> <p>Данный модуль включает раздел «Продвижение фирмы/проекта», «Презентация компании» Спецификации стандартов и составляет 16%.</p> <p>В данном модуле участникам необходимо продемонстрировать прототип продукта/схему предоставления услуги и доказать жизнеспособность проекта.</p> <p>Участникам необходимо проанализировать изменения, появившиеся в ходе разработки бизнес-идеи и внести соответствующие изменения в ранее разработанные разделы (доработка и изменение финансовой модели на основе маркетингового плана, обновление бизнес-модели проекта в канве Остервальдера, добавление/удаление необходимых ресурсов для реализации проекта и любые другие необходимые изменения). Представить и прокомментировать внесенные изменения.</p> <p>Оформление слайдов презентации в PowerPoint должно соответствовать сложившимся правилам оформления деловых презентаций (разумное количество шрифтов и размера</p>

шрифта, продуктивное использование пространства слайда и др.). Слайды презентации должны быть читаемы, комфортны для зрительного восприятия. Желательная структура презентации:

1. Титульный слайд
2. Актуальность (постановка задачи, решаемой проектом, результаты анализа заинтересованных сторон и т.д.)
3. Идея проекта (и как она решает проблему)
4. Обоснование выбора идеи и ее реализуемость (на основе тестирования гипотезы, анализа рынка, анализа спроса и конкурентов и т.д.)
5. Целевая аудитория проекта
6. Способы обеспечения проекта недостающими ресурсами
7. План запуска
8. Маркетинг проекта
9. Финансовая перспективность проекта
10. Социальный эффект проекта (с точки зрения решаемой проблемы)
11. Команды проекта (с точки зрения реализуемости проекта)

Презентация должна занимать не более 10 минут. Соблюдение временного регламента является существенным, так как выступление будет остановлено, если участники выйдут за предложенные временные рамки.

Оценка презентации строится на основе учета способности участников приводить доводы и обоснованные аргументы. Жюри может задавать вопросы. Способность ответить на вопросы жюри также включены в оценку.

Отдельным критерием в презентации является навык коммуникации и взаимодействия - возможность использовать полученную информацию о командах-партнерах для решения текущих задач и пр.

Рекомендованная форма одежды при защите модуля E1: опрятный деловой внешний вид, для мужчин - официальный пиджак/жакет/жилет, брюки, деловая обувь. Для женщин: официальный пиджак/жакет/жилет, брюки, платье или юбка до колен, черные или цвета кожи бесшовные чулки (колготки) и деловая обувь.

2.5.1. Тип конкурсного задания

Конкурсное задание имеет несколько модулей, выполняемых последовательно.

Конкурс – это командные соревнования (в каждой команде два участника) в области предпринимательства и развития бизнеса, трехдневный конкурс, ориентированный на реальные жизненные условия и среду. В группах по два человека участники развивают компании (проекты) и представляют свои наработки для экспертной оценки жюри конкурса. На протяжении конкурса, решая каждый день различные задачи, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что соревнующиеся команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте.

Окончательные аспекты критериев оценки уточняются членами жюри. Оценка производится как в отношении работы модулей, так и в отношении процесса выполнения конкурсного задания. Если участники конкурса не выполняет требования техники безопасности, подвергает опасности себя или других конкурсантов, такой участник может быть отстранен от конкурса.

Время и детали конкурсного задания в зависимости от конкурсных условий могут быть изменены членами жюри.

Конкурсное задание должно выполняться помодульно. Оценка также происходит от модуля к модулю.

Отрасль для разработки бизнес-идеи проектов определяется случайным образом из списка в день С1 перед началом соревнований.

2.6 Требования к схеме оценки

2.6.1 Матрицы пересчета WSSS в критерии оценки¹

Критерий оценки							Итого баллов за раздел WSSS
Разделы Спецификации стандарта WS (WSSS)		A	B	C	D	E	
	1	10					10
	2		5			2	7
	3		3	10		1	14
	4		7				7
	5			7			7
	6				10		10
	7				3		3
	8				2		2
	9	5	2			13	20
Итого баллов по Критерию		15	17	17	15	16	80

2.6.2 Методика оценки компетенции

Основные заголовки Схемы выставления оценки являются критериями оценки. В некоторых соревнованиях по компетенции критерии оценки могут совпадать с заголовками разделов в WSSS; в других они могут полностью отличаться. Как правило, бывает от пяти до девяти критериев оценки, при этом количество критериев оценки должно быть не менее трёх. Независимо от того, совпадают ли они с заголовками, Схема выставления оценки должна отражать долевые соотношения, указанные в WSSS.

Критерии оценки создаются лицом (группой лиц), разрабатывающим Схему выставления оценки, которое может по своему усмотрению определять критерии, которые оно сочтет наиболее подходящими для оценки выполнения Конкурсного задания.

Сводная ведомость оценок, генерируемая CIS, включает перечень критериев оценки.

Количество баллов, назначаемых по каждому критерию, рассчитывается CIS. Это будет общая сумма баллов, присужденных по каждому аспекту в рамках данного критерия оценки.

Каждый критерий оценки разделяется на один или более субкритериев. Каждый субкритерий становится заголовком Схемы выставления оценок. В каждой ведомости оценок (субкритериев) указан конкретный день, в который она будет заполняться. Каждая ведомость оценок (субкритериев) содержит оцениваемые аспекты, подлежащие оценке. Для каждого вида оценки имеется специальная ведомость оценок.

СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА

Каждый аспект подробно описывает один из оцениваемых показателей, а также возможные оценки или инструкции по выставлению оценок. В ведомости оценок подробно перечисляется каждый аспект, по которому выставляется отметка, вместе с назначенным для его оценки количеством баллов.

При принятии решения используется шкала 0–3. Для четкого и последовательного применения шкалы судейское решение должно приниматься с учетом:

эталонов для сравнения (критериев) для подробного руководства по каждому аспекту шкалы 0–3, где:

0: исполнение не соответствует отраслевому стандарту;

1: исполнение соответствует отраслевому стандарту;

2: исполнение соответствует отраслевому стандарту и в некоторых отношениях превосходит его;

3: исполнение полностью превосходит отраслевой стандарт и оценивается как отличное

¹ Матрица показывает, как знания и умения, описанные в WSSS, распределяются в рамках Конкурсного задания. Сумма баллов WSSS и сумма критериев оценки должны быть равны 100.

Каждый аспект оценивают три эксперта, каждый эксперт должен произвести оценку, после чего происходит сравнение выставленных оценок. В случае расхождения оценок экспертов более чем на 1 балл, экспертам необходимо вынести оценку данного аспекта на обсуждение и устранить расхождение.

ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА

Оценка каждого аспекта осуществляется тремя экспертами. Если не указано иное, будет присуждена только максимальная оценка или ноль баллов. Если в рамках какого-либо аспекта возможно присуждение оценок ниже максимальной, это описывается в Схеме оценки с указанием измеримых параметров.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК

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		
		Судейские аспекты	Объективная оценка	Всего
A	Анализ ситуации и разработка резюме проекта	8	7	15
B	Финансовая модель и устойчивое развитие	4	13	17
C	Бизнес процессы и планирование запуска бизнес-проекта	6	11	17
D	Маркетинговое планирование	6	9	15
E	Презентация бизнес-модели	10	6	16
Всего		34	46	80

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях:

Критерий	Методика проверки навыков в критерии
A Анализ ситуации и разработка резюме проекта	<ul style="list-style-type: none"> — Наличие четко сформулированных миссии (позиции основателей и анализа взаимосвязи), цели и задач бизнеса по методике SMART (KPI); — Оценка рисков/угроз (сформулированы риски/угрозы и приведена их оценка, определена стратегия управления рисками Временные рамки финансового планирования на срок не менее 2 лет; — Наличие краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного плана, целей, задач (оформлено в виде графика Гантта, дорожной карты или другим графическим способом); — Определены источники финансирования и условия, сроки возврата заемных средств; — Указаны аналоги данного бизнес-проекта и проведен анализ конкурентной среды (анализ отрасли); — Способ генерирования идеи; — Метод оценки реализуемости бизнес идеи;

		<ul style="list-style-type: none"> — Название команды; — портфолио членов команды; — Ключевые факторы успеха команды (предпринимательская деятельность); — Конкурентоспособность бизнес-идеи; — Определение ролей каждого из участников в проекте (бизнесе); — Качество презентации; — Использование выделенного времени (тайм менеджмент); — Проведенные исследования рынка; — Определение целевой группы.
В	Финансовая модель и устойчивое развитие проекта	<ul style="list-style-type: none"> — Качество обоснования системы налогообложения; — Понимание расчетов стоимости, ценообразования; — Обоснование и аргументация способов финансирования; — Практико-ориентированность и точность расчетов; — Точность формирования бюджета; — Инвестиционная политика; — Реалистичность финансовых прогнозов; — Знание схемы определения точки безубыточности, периода окупаемости проекта; —
С	Бизнес процессы и планирование запуска бизнес-проекта	<ul style="list-style-type: none"> — Полнота описания процесса производства продукта, или схемы предоставления соответствующей услуги (ключевые точки); — Логичность бизнес-процесса - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту; — Использование современных способов и средств планирования деятельности; — Производственный план; — Модель организационной структуры. — Проработка позитивного и негативного вариантов развития бизнеса (антикризисный план) — Реалистичность планов по отношению к доступу участников к ресурсам разного типа (финансовые, материальные, информационные и др.)
Д	Анализ целевой аудитории и разработка плана маркетинга Название критерия	<ul style="list-style-type: none"> — Проведенные исследования рынка — Определение целевой группы — Точность в определении целевого рынка (географический анализ) — Оценка размера целевого рынка — Сегментация рынка — Исследование и анализ целевой аудитории — Сравнительный анализ конкурентов — Качество презентации (способ представления, содержание, информативность). — Определение образ клиента — Реалистичность маркетинговой стратегии. Полнота и продуманность маркетингового плана — Маркетинговые исследования и коммуникации, как основание для определения стратегии, целей и задач маркетинга — Адекватность маркетингового бюджета по отношению к

		<ul style="list-style-type: none"> стратегии и плану маркетинга, его реалистичность — Показатели результативности и эффективности — Политика сбыта и продвижения — Рекламная модель, ее применение и эффективность — Реальные способности/возможности и функциональные обязанности членов команды в области маркетинга (обоснованность передачи функций на аутсорсинг) — Соответствие используемых маркетинговых инструментов задачам в области маркетинга
Е	Презентация бизнес-проекта	<ul style="list-style-type: none"> — Бухгалтерское обеспечение фирмы/проекта — Использование в работе социальных сетей и современных программных решений коммуникации для целей бизнеса — Использование на практике коммерческих предложений и деловой переписки — Тайм-менеджмент и презентация прототипов — В презентации учтены замечания экспертов к предыдущим модулям — Дресс-код команды в соответствии с деловым стилем или фирменной одеждой делегации — Качество презентации проекта в целом

2.7 Специальные материалы, оборудование, инструменты

2.7.1 Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе

ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ

Инфраструктурный лист включает в себя всю инфраструктуру, оборудование и расходные материалы, которые необходимы для выполнения Конкурсного задания. Инфраструктурный лист обязан содержать пример данного оборудования и его чёткие и понятные характеристики в случае возможности приобретения аналогов.

При разработке Инфраструктурного листа для конкретного чемпионата необходимо руководствоваться Инфраструктурным листом, размещённым на форуме экспертов Менеджером компетенции. Все изменения в Инфраструктурном листе должны согласовываться с Менеджером компетенции в обязательном порядке.

На каждом конкурсе технический эксперт должен проводить учет элементов инфраструктуры. Список не должен включать элементы, которые попросили включить в него эксперты или конкурсанты, а также запрещенные элементы.

По итогам соревнования, в случае необходимости, Технический эксперт и Главный эксперт должны дать рекомендации Оргкомитету чемпионата и Менеджеру компетенции о изменениях в Инфраструктурном листе.

МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)

Все оборудование и материалы будут предоставлены Организаторами.

2.7.2 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).

