**КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

*ДЛЯ ФИНАЛА V НАЦИОНАЛЬНОГО МЕЖВУЗОВСКОГО ЧЕМПИОНАТА «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ» (WORLDSKILLS RUSSIA)*

*2021г*

**КОМПЕТЕНЦИИ**

Предпринимательство

ДЛЯ ОСНОВНОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ

**17-35 лет**

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. Формы участия в конкурсе
2. Задание для конкурса
3. Модули задания и необходимое время
4. Критерии оценки
5. Необходимые приложения

Количество часов на выполнение задания: 15 ч.

# ФОРМЫ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Командное соревнование, команда 2 человека.

# ЗАДАНИЕ ДЛЯ КОНКУРСА

Конкурс по компетенции Предпринимательство – это командные соревнования (в каждой команде два участника). Содержанием конкурсного задания является Предпринимательская деятельность. Конкурсное задание имеет несколько модулей, выполняемых последовательно. Перед началом соревнований участники разрабатывают и представляют для заочного оценивания экспертному жюри разработанный бизнес-план компании (проекта) с приложениями. В ходе соревнований участники защищают свой бизнес-план по модулям, содержание которых соответствует разделам бизнес-плана.

На протяжении конкурса, решая каждый день различные задачи, участники управляют развитием компаний (проектов) или, в случае зарегистрированных и действующих компаний, осуществляют корректировки их деятельности. На практике это означает, что соревнующиеся команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в конкурсном задании.

Защита каждого модуля (за исключением модуля А, оценка которого производится оценивающими экспертами заочно) проходит в форме публичной презентации. Во время подготовки презентации участникам разрешен доступ в Интернет, за исключением входа в социальные сети, собственные аккаунты, электронную почту, облачные сервисы. Во время подготовки презентации по модулю Н эти ограничения снимаются.

Пользоваться смартфонами запрещено на протяжении всего конкурса.

Защита проводится, как по отдельным, так и по сдвоенным модулям (модули А (заочный), модули BH, CD, EG, спецэтап (письменный). На презентацию по модулям, отводится следующее количество минут: BH – 7 минут, CD – 7 минут, EG - 7 минут. Кроме того, после защиты модуля, экспертное жюри может в течение 2-х минут задавать уточняющие вопросы, ответы на которые учитываются при оценке презентации.

Окончательные аспекты критериев оценки уточняются членами жюри. Оценка производится как в отношении выполненных модулей, так и в отношении процесса выполнения конкурсного задания. Если участники конкурса не выполняют требования техники безопасности, подвергают опасности себя или других конкурсантов, они могут быть отстранены от конкурса.

Кроме основных модулей, конкурсное задание включает в себя выполнение специального этапа, который представляет собой секретное задание, которое разработано для Финала Национального межвузовского Чемпионата Командой управления компетенции Предпринимательство. Специальный этап направлен на развитие у участников предпринимательских навыков и его задание содержит элементы, относящиеся к модулям C, D и Е.

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

# МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И ВРЕМЯ НА ИХ ВЫПОЛНЕНИЕ

Модули и время сведены в таблице 1

Таблица 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование модуля | Соревновательный день (С1, С2) | Время назадание |
| Модуль А: Бизнес-план команды – 15% от общей оценки | С-1  | заочно |
| Модуль В, Н: Наша команда и бизнес-идея. Презентация компании (фирмы/проекта) и её продвижение - 8% + 13% от общей оценки | С1 | 1,5 часа |
| Модуль C, D: Целевая группа. Маркетинговое планирование - 10%+12% от общей оценке | С1 | 1,5 часа |
| Модуль E, G: Планирование рабочего процесса. Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели – 12+10% от общей оценки | С2 | 1,5 часа |
| Специальный этап – 15% от общей оценки | С2 | 1,5 часа |

# Модуль А: «Бизнес-план» - 15% от общей оценки

Приветствуются бизнес-планы проектов научно-технической и инновационной направленности, нацеленных на создание малых инновационных предприятий, необходимых для коммерциализации результатов научных разработок, а также проектов, нацеленных на решение острых социальных, экономических и экологических проблем.

* 1. **Сроки и форма представления материалов.**

Команда разрабатывает бизнес-план, который должен содержать краткую, но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов вопросы — каков объем инвестиций, сроки кредитования, гарантии возврата, объем собственных средств, 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.

 Компатриот команды должен направить электронную копию Бизнес-плана с обязательными приложениями на электронный адрес главного эксперта mariyamima@mail.ru не позднее 09.00 часов дня C-4

1. Бизнес-план в формате Word;
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 google форме.

- Материалы, подтверждающие проведение маркетингового исследования.

- Финансовые расчеты в формате MS Excel.

- Копии документов, подтверждающих регистрацию ИП (ООО, МИП, регистрацию участников в качестве самозанятых), открытие расчетного счета в банке и движение денежных средств на счете, подтверждающее предпринимательскую деятельность (документы предоставляются в тех случаях, когда ИП, ООО и т.д. зарегистрированы).

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться с дня С-2 до дня С-1 экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 15% общей оценки команды (заочное оценивание модуля А).

Материалы следует присылать архивом, название которого должно содержать название ВУЗа (для Финала).

Файлы в архиве следует обозначать следующим образом:

Для Финала:

Пример: БП\_ВУЗ\_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. Все представленные материалы являются частью бизнес-плана. Используется сквозная нумерация страниц. Номер страницы проставляется внизу листа справа.

На титульном листе бизнес-плана проставляется дата сдачи бизнес-плана в электронном виде.

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. 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 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 С-1) 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. Маркетинговый план

5. Планирование рабочего процесса

6.Устойчивое развитие

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

**1.6. Требования к оформлению финансовых расчетов (финансовая модель)**

Данные, приведенные в бизнес-плане в Excel, 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 двух лет. Финансовые расчеты представляются в виде отдельного файла в формате Excel. Названия листов финансовой модели, выполненной в MS Excel носят рекомендательный характер:

Лист1 - данные для расчетов: % займа, натуральные величины, налоговые ставки региона, ставки дисконтирования и другие показатели необходимые для обоснования расчета.

Лист2 Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат)

Лист 3 План на будущие периоды Доходов и расходов

Лист 4 Расчеты себестоимости продукции

Лист 5 Факт прошлых периодов Доходов и расходов

Лист 6 Фактический баланс на предыдущую отчетную дату

Лист 7 Прогнозный баланс

Лист 8 План ДДС будущих периодов Доходов и расходов с указанием необходимого оборотного капитала.

Лист 9 Факт ДДС за прошлые периоды

Лист 10 Показатели деятельности (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ: полные инвестиции в проект (стартовые+оборотный), простой и дисконтированные периоды окупаемости, NPV, IRR, IP, Рентабельность продаж по проекту, другие значимые показатели)

Ссылки в файле допустимы только внутри таблицы. Не допускаются внешние ссылки, скрытые ссылки на данные, таблицы, картинки. Если такие ссылки обнаруживаются в таблице MS Excel – 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 google-опрос**

Ссылка на google-опрос предоставляется в виде отдельного файла в формате MS Word, 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.

Предоставление заведомо ложной или недостоверной информации влечет за собой обнуление оценок за соответствующие аспекты.

# Модуль В: «Наша команда и бизнес-идея» - 8% от общей оценки

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 в проекте, 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.

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.

Приводятся аналоги продукта или услуги, выполняется сравнительный анализ по соответствующим ключевым техническим, экономическим, социальным и др. характеристикам. Кроме того, необходимо указать не менее 3 конкурентных преимуществ вашей фирмы (проекта), а также продукции или услуги. Обосновывается полезность, уникальность и новизна проекта.

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).

Необходимо описать пользу для экономики, общества, экологии, подчеркнув конкретный эффект от реализации проекта.

Необходимо показать процесс принятия решения в команде, способы разрешения конфликтов, а также представить варианты масштабирования/тиражирования бизнеса на этапе устойчивого развития.

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

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 или её сегменты (В2С/ В2В/В2G). Кроме этого, должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), представителя ядра целевой аудитории, 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. При использовании результатов применения коммуникационных приемов проверяется степень соответствия характеристик выборки целевой аудитории, а также определяется ее репрезентативность. Необходимо 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. Для анализа целевой аудитории необходимо использовать данные маркетингового исследования рынка.

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

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

**Специальный этап - 5% от общей оценки**

Специальный этап носит «спонтанный» характер и требует оперативного реагирования участников, а также глубокие знания собственного проекта, представленного в бизнес-плане.

Команды должны быстро адаптироваться к такому заданиям жюри. Этот специальный этап может отличаться от общей темы конкурса. Однако является универсальным, и требует предпринимательских навыков. Выполнение специального модуля дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

Результаты выполненного специального этапа предоставляются экспертам для оценивания в печатном виде без публичной защиты.

**Модуль D: «Маркетинговое планирование» - 12% от общей оценки**

#

Участникам, с помощью методов стратегического анализа (SWOT и PEST), необходимо определить измеримые и достижимые цели и задачи в области маркетинга, проанализировать конкурентную среду по нескольким показателям, определить и обосновать выбор маркетинговой стратегии, выбрать и поименовать 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.

Маркетинговые мероприятия должны опираться на результаты маркетингового исследования рынка, анализа конкурентной среды.

Проводится оценка конкурентоспособности продукта или услуги, проекта с использованием общепринятых методик.

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.

Фактически реализованная рекламная компания представляется, в виде анализа результатов запланированной стоимости на привлечение 1 клиента и других показателей эффективности.

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 Е.

**Специальный этап - 5% от общей оценки**

Специальный этап носит «спонтанный» характер и требует оперативного реагирования участников, а также глубокие знания собственного проекта, представленного в бизнес-плане.

Команды должны быстро адаптироваться к такому заданиям жюри. Этот специальный этап может отличаться от общей темы конкурса. Однако является универсальным, и требует предпринимательских навыков. Выполнение специального модуля дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

Результаты выполненного специального этапа предоставляются экспертам для оценивания в печатном виде без публичной защиты.

# Модуль E: «Планирование рабочего процесса» - 12% от общей оценки

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 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 для ключевых бизнес-процессов.

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), а также распределение ролей и функционала для самозанятых для различных этапов развития проекта.

В модуле оцениваются фактически примененные методы и средства управления и структурирования бизнес-процессов. Для планирования реализации проекта используйте информационные программные средства (MS Project, Project Expert и т.п.)

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

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

**Специальный этап - 5% от общей оценки**

Специальный этап носит «спонтанный» характер и требует оперативного реагирования участников, а также глубокие знания собственного проекта, представленного в бизнес-плане.

Команды должны быстро адаптироваться к такому заданиям жюри. Этот специальный этап может отличаться от общей темы конкурса. Однако является универсальным, и требует предпринимательских навыков. Выполнение специального модуля дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

Результаты выполненного специального этапа предоставляются экспертам для оценивания в бумажном виде без публичной защиты.

# Модуль G: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 10% от общей оценки

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.

Необходимо определить и обосновать источники финансирования, включая анализ возможных способов финансирования инновационных и наукоемких проектов за счет субсидий, грантов, пр.

Необходимо произвести корректные расчеты процентов за пользование заемными средствами, представить график возврата заемных средств или обосновать отсутствие заемных средств.

В рамках данного модуля участники должны составить, бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс, потребность в оборотном капитале, 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, absortion costing, standard-costing, activity based costing 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 G.

# Модуль H: «Презентация компании (фирмы/проекта) и её продвижение» - 13% от общей оценки

Презентация компании должна включать наиболее важные разделы проекта.

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 Финала межвузовского 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 Н: 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 чемпионатного цикла, учитывать и исправлять ошибки, на которые указало экспертное жюри.

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

# 4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

В данном разделе определены критерии оценки и количество начисляемых баллов (судейские и объективные) таблица 2. Общее количество баллов задания/модуля по всем критериям оценки составляет 95.

Таблица 2.

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий** | **Баллы** |
|  | **Критерий** | **Мнение судей** | **Измеримая** | **Всего** |
| **A** | Бизнес-план | 3 | 12 | 15 |
| **B** | Наша команда и бизнес-идея | 2 | 6 | 8 |
| **C** | Целевая группа | 8 | 7 | 15 |
| **D** | Маркетинговое планирование | 7 | 10 | 17 |
| **E** | Планирование рабочего процесса | 7 | 10 | 17 |
| **G** | Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели | 2 | 8 | 10 |
| **H** | Презентация компании (фирмы/проекта) и её продвижение | 5 | 8 | 13 |
| **Всего** |  | 34 | 61 | 95 |