

«Утверждаю»

Национальный эксперт
по компетенции «Предпринимательство»
А. Парамонов

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

КОМПЕТЕНЦИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Организация WorldSkills Russia (WSR) с согласия технического комитета в соответствии с уставом организации и правилами проведения конкурсов установила нижеизложенные минимально необходимые требования владения этими профессиональными навыками для участия в конкурсе.

Техническое описание включает в себя следующие разделы:

1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»
2. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ
3. ОПИСАНИЕ ЭТАПОВ ПРОЕКТА И ЗАДАЧИ
4. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА
5. НЕОБХОДИМЫЕ ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ, УСТАНОВКИ И МАТЕРИАЛЫ
6. ОЦЕНКА. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ
7. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ
8. ОЦЕНКА
9. ОТРАСЛЕВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Дата вступления в силу:

_____ Тымчиков Алексей, Технический директор Союза ВСП

_____ Парамонов Александр, эксперт ВСП

8. Общее описание компетенции «Предпринимательство»¹

Чемпионат «Молодые профессионалы (WSR)»

Компетенция: «Предпринимательство»

Число офисов: 9

Сроки проведения: 17 – 19 мая 2017

Соревнования по компетенции «Предпринимательство» проводятся по модульному принципу в два этапа (Заочный этап: за месяц до дня С-4 Финала Национального чемпионата выполняется Модуль А1 (оценивание в дни С-4 – С-1); Очный этап в дни чемпионата: выполняются модули В1 – Н1, включая специальные задания).

Состав модулей:

Модуль А1: Бизнес-план команды – 20% от общей оценки

Модуль В1: Наша команда и бизнес-идея - 10% от общей оценки

Модуль С1: Целевая группа - 10% от общей оценке

Модуль D1: Планирование рабочего процесса - 10% от общей оценки

Модуль E1: Маркетинговое планирование - 10% от общей оценки

Модуль F1: Устойчивое развитие - 5% от общей оценке

Модуль G1: Техничко-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели - 10% от общей оценки

Модуль H1: Презентация компании - 10% от общей оценке

Специальные Задания - 15% от общей оценки

ВВЕДЕНИЕ

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) 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.

Модуль А1 (Бизнес-план) оценивается членами Жюри в дни С-4 – С1.

Рабочие модули В1 – Н1 будут представлены жюри и зрителями на соревновательной площадке. Члены жюри оценивают усилия участников и присуждают баллы в соответствии с критериями оценки (смотри главу *схема оценки* в этом документе).

¹ При разработке учитывались подходы 2-на Рекка Карукка, Финляндия, предложенные на Чемпионате Евроскиллс 2014 (Лилль, Франция, октябрь 2014 г), на финале «Taitaja-2015», а также опыт проведения соревнований в ходе Финалов Национальных чемпионатов WSR в Казани в 2015 г. и в Красногорске МО в 2016 г., чемпионата Евроскиллс 2016 (Гетеборг, Швеция, ноябрь 2016), Отборочных соревнований к Финалу НЧ 2017.

На соревнованиях по компетенциям знание и понимание оцениваются через их применение на практике. Отдельных тестов на знание и понимание проводиться не будет.

Спецификация стандартов ² разделена на озаглавленные секции с кодовыми номерами.

Для обозначения относительной значимости секции в пределах спецификации стандартов указан процент от общей оценки, вносимый данной секцией. Сумма всех оценок равняется 100%.

Схема выставления оценок и Конкурсное задание охватывают только те навыки, которые обозначены в спецификации стандартов. Они отражают спецификацию стандартов настолько полно, насколько это возможно в рамках ограничений соревнования по компетенции.

Схема выставления оценок и Конкурсное задание используют указанное в спецификации стандартов распределение оценок, настолько, насколько это возможно на практике. Допускаются отклонения в пределах 5% при условии, что это не искажает соотношений, указанных в спецификации стандартов.

² Подготовлено с учетом: Евроскиллс, Техническое описание «Командные соревнования по предпринимательству / развитию бизнеса» © WorldSkills Europe (WS Europe)

9. Спецификация стандартов

<p>СЕКЦИЯ</p>	<p>Относительная значимость секции (в процентах)</p>
<p>1. Бизнес-план</p>	<p>20</p>
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • роль и значение бизнес-плана; • область применения бизнес-идеи; • методологию и процессы развития бизнес-идеи; • методы оценки выполнимости бизнес-идеи; • методы оценки устойчивости бизнес-идеи; • коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней; • важность выбора подходящего названия компании; • процессы принятия решений для определения товаров и услуг, на продаже которых может основываться бизнес; • методы определения круга потенциальных покупателей; • методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; • методы достижения желаемого образа компании; • как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • развивать идеи до бизнес-предложений; • оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; • оценивать риски, связанные с бизнесом; • анализировать бизнес-концепции; • предлагать идеи для дальнейшего развития; • принимать правильные решения; • находить аргументы в пользу идей; • принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; • интегрировать экономические, экологические и социальные критерии в построение средне- и долгосрочных планов, тем самым обретая конкурентное преимущество; • обосновывать и оценивать цели и ценности; • с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; 	

<ul style="list-style-type: none"> о представлять идеи, дизайн, видения и решения. 	
2. Организация работы и управление	10
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> значение эффективного планирования и организации труда; положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; важность поддержания рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> применять проактивный подход к приобретению знаний и развитию навыков; использовать современные технологии; поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, в соответствии с техникой безопасности и нормами охраны труда, и способствовать выполнению этих норм; пользоваться всем оборудованием в соответствии с техникой безопасности и инструкциями производителей; выбирать подходящие методы для каждого задания; планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок. 	
3. Формирование навыков коллективной работы и управление	10
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></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; необходимость маркетинга товаров, услуг и спроса. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; оценивать роль каждого человека; разрабатывать подходящие стратегии для разрешения сложных ситуаций во время совместной работы; справляться со стрессовыми ситуациями; использовать методы принятия решений, опираясь на мнение команды; о уважать мнение других членов команды. 	
4. Целевая аудитория	10
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></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; методы оценки жизнеспособности целевых аудиторий; 	

<ul style="list-style-type: none"> • характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь; • методы определения размера целевой аудитории; • коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • оценить значение целевых аудиторий; • распознавать различные целевые аудитории; • анализировать целевые аудитории; • определять целевые аудитории; • принимать правильные решения, касающиеся 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. 	
<p>5. Бизнес-процесс/Организационная структура</p>	<p>10</p>
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров/услуг; • методы структурирования бизнес-процессов; • описание полного жизненного цикла бизнес-процесса; • меры для устойчивого развития бизнеса; • способы формирования и развития организационных структур; • пошаговое развития бизнес-процессов, от стадии закупки до запуска товаров/услуг; • разные критические стадии бизнес-процессов; • причины выбора конкретных организационных структур; • коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • принимать во внимание важность бизнес-процессов; • ставить цели для организационных структур; • разрабатывать рабочие инструменты для дальнейшего внедрения; • разрабатывать логичные бизнес-процессы; • принимать необходимые решения для структурирования бизнес-процессов; • организовывать внедрение организационных структур; • различать стадии бизнес-процессов; • анализировать критические стадии бизнес-процессов; • оценивать влияние критических стадий на бизнес-процессы; • адаптировать организационные структуры в соответствии с изменяющимися условиями в бизнесе; • эффективно объяснять бизнес-процессы разным аудиториям и с разной целью; • обосновывать и оценивать бизнес-процессы. 	
<p>6. Маркетинговое планирование/Формула маркетинга</p>	<p>10</p>
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p>	

- различные маркетинговые стратегии;
- конкретные цели маркетинга;
- цели маркетингового планирования;
- тактики продвижения товаров/услуг на рынке;
- 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;
- преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг;
- недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг;
- стоимость отдельных рекламных мероприятий;
- эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний;
- эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия;
- возможность аутсорсинга;
- Конкурсант должен уметь:
- принимать в расчет важность маркетингового планирования;
- пояснять значение маркетинга для бизнеса;
- принимать необходимые решения для реализации маркетинговых мероприятий;
- разрабатывать маркетинговый план для компании;
- принимать в расчет формулу 4 «Р» для маркетинговых мероприятий;
- объяснять формулу 4 «Р», применительно к определенным товарам и услугам;
- принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «Р»;
- понимать важную роль рекламы;
- оценивать разные средства рекламы;
- оценивать разные рекламные стратегии;
- видеть преимущества различных рекламных стратегий применительно к конкретным товарам и услугам;
- видеть преимущества различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам;
- видеть недостатки различных рекламных стратегий применительно к конкретным товарам и услугам;
- видеть недостатки различных средств рекламы применительно к конкретным товарам и услугам;
- рассчитывать стоимость рекламных мероприятий;
- оценивать эффективность рекламных мероприятий;
- обосновывать проведение определенных маркетинговых мероприятий;
- объяснять маркетинговые мероприятия разным аудиториям и с разной целью;
- обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий.

7. Устойчивое развитие	5
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать</u></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 бизнесу; • важность всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; • необходимость специально разработанных планов по устойчивому развитию для отдельных направлений бизнеса; • практическую сторону устойчивого развития бизнеса; • важность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников. <p><u>Конкурсант должен уметь:</u></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 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; • обосновывать конкретные руководства к действиям, касающимся устойчивого развития; • объяснять меры по устойчивому развитию различным аудиториям и с разной целью; • обосновывать и оценивать конкретные меры по устойчивому развитию. • различные области устойчивого развития; • значение экологической, социальной и экономической устойчивости для развития бизнеса; • значение устойчивого развития бизнеса для будущих поколений; • преимущества устойчивого развития; • необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса; • реализация стратегий с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам; 	

<ul style="list-style-type: none"> • возможность этических проблем; • осуществимость планов по устойчивому развитию бизнеса; • актуальность планов по устойчивому развитию бизнесу; • важность всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; • необходимость специально разработанных планов по устойчивому развитию для отдельных направлений бизнеса; • практическую сторону устойчивого развития бизнеса; • важность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников, • причины выбора конкретных организационных структур; • о коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов. 	
<p>8. Финансовые инструменты</p>	<p>10</p>
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • жизненную необходимость финансового планирования; • различные методы финансового планирования; • программное обеспечение для финансового планирования; • расчет затрат, связанных с запуском стартапа; • временные рамки для финансового планирования; • периоды отчетности; • возможности привлечения средств для открытия бизнеса, управления им и его расширения; • альтернативные способы финансирования (например, краудфандинг - народное финансирование и т.д.); • 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; • методы коммуникации для объяснения финансовых инструментов. • Конкурсант должен уметь: • разрабатывать финансовый план; • демонстрировать влияние финансового планирования на компанию; • оценивать разные части финансового плана; • применять различные методы финансового планирования; • использовать разнообразное программное обеспечение для финансового планирования; • рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; • пояснять разные способы привлечения средств для открытия бизнеса, управления им и его расширения; • использовать альтернативные способы привлечения средств; • определять временные рамки; • рассчитывать в отчетных периодах; 	

<ul style="list-style-type: none"> • 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. • показывать на актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; • обосновывать значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнес. 	
<p>9. Презентация компании</p>	<p>15</p>
<p><u>Конкурсант должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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><u>Конкурсант должен уметь</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; • использовать визуальную информацию; • концентрироваться на цели презентации; 	

<ul style="list-style-type: none"> • 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 и оценивать отдельные элементы презентации. 	
<p>Всего:</p>	<p>100 %</p>

10. ОПИСАНИЕ этапов проекта и задачи

Конкурс организован по модульному принципу. Для каждого модуля команды получают письменные задания, которые также включают информацию о критериях оценки.

Кроме того, для выполнения каждого модуля предлагаются четкие временные рамки. Они устанавливаются таким образом, что задачи были выполнены очень быстро при полной концентрации внимания.

Каждый модуль подробно обсуждается до начала работы (как правило, начиная с дня С-1), чтобы неясные вопросы, которые могут возникнуть в процессе соревнования, были прояснены заранее. По поводу выполнения модуля А1 и подготовки бизнес-плана участники получают (не позднее, чем за месяц до дня с-4 Финала Национального чемпионата) подробное инструктивно-методическое письмо.

Чемпионат проводится в два этапа: Заочный (разработка, анализ и оценка представленных бизнес-планов) и Очный (защита проектов, их развитие и продвижение товаров/услуг).

Не позднее, чем за месяц до чемпионата (до дня С-4) публикуется Конкурсное задание, которое в основе своей будет иметь те же модули, которые приведены в настоящем Техническом описании, в соответствии с которым участники разрабатывают бизнес-планы. Желательно, чтобы тема проекта, проектная идея были направлены на развитие движения Worldskills, поддержку здорового образа жизни, развитие молодежного туризма, образования и пр. Требования к оформлению бизнес-планов приведены ниже.

В электронном виде бизнес-план представляется в оргкомитет соревнований не позднее 09.00 часов Дня С-4, в печатном виде до 09.00 часов Дня С-2. Несвоевременное предоставление бизнес-плана электронном виде влечет за собой наложение штрафа в размере 5 штрафных очков за каждый день просрочки (до 20 баллов в сумме). Не представление бизнес-плана ведет к тому, что модуль А1 оцениваться не будет (с потерей 20 баллов).

Модуль 1. А1: «Бизнес-план» - 20% от общей оценки

Команда разрабатывает бизнес-план. Команда должна послать электронную копию на адрес pzu@rambler.ru (копию – на a.i.paramonov@yandex.ru) не позднее 09.00 часов дня С-4.

Две бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены до начала соревнований (не позднее 09.00 часов в День С-2).

Не представление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов.

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться (с дня С-4) и оцениваться (с дня С-2) экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 5 экспертов) и будут включать в себя 20% общей оценки команды.

Формат письменных материалов:

1. Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 x 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 что представлено является частью бизнес-плана. Могут быть также использоваться лицевая и обратная стороны листа.

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

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

4. Вторая страница – Оглавление.

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

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

1. Резюме бизнес-идеи
2. Описание компании
3. Целевой рынок
4. Планирование рабочего процесса
5. Маркетинговый план
6. Устойчивое развитие
7. Технично-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

Модуль 2. В1: «Наша команда и бизнес-идея» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает разделы «Организация работы и управление» и «Формирование навыков коллективной работы и управление» Спецификации стандартов.

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

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

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

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

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

Постарайтесь продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю В1: следует уложиться в отведенное время и использовать его

максимально полно. Постарайтесь продемонстрировать в ходе презентации свои ораторские, коммуникативные способности, использование (в разумных объемах) разнообразных средств и приемов презентации (технические средства презентации, раздаточный материал, плакат, флип-чарт и пр.). Будьте ситуативны.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Модуль 3С1: «Целевая группа» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Целевая аудитория» Спецификации стандартов.

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 бизнес-концепцию.

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

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

Модуль 4D1: «Планирование рабочего процесса» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Бизнес-процесс/Организационная структура» Спецификации стандартов.

Этот модуль направлен на визуализацию бизнес-процессов (очевидно, что визуализация предполагает предварительную разработку самих бизнес-процессов - в необходимой и достаточной полноте, логике и последовательности). В процессе демонстрации последовательности бизнес-процессов могут быть использованы плакат, слайды web-презентации, пр.

В числе прочего, должны быть представлены описание производственного процесса, или схема предоставления соответствующей услуги.

Цель состоит в том, чтобы подробно показать полный цикл бизнес-процесса «шаг за шагом», - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту.

Еще одним аспектом является постоянное развитие проекта с учетом его прибыльности. На этом этапе развития деятельности должны быть проработаны как позитивный, так и негативный варианты развития бизнеса, для которых должен быть составлен антикризисный план.

Модуль 5E1: «Маркетинговое планирование» - 10% от общей оценки

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

Компания разрабатывает детальный маркетинговый план, который отражает выбранную маркетинговую стратегию: определяет цель в области маркетинга, её

измеримость, формулирует задачи для её достижения, обосновывает применение моделей построения маркетингового цикла, определяет и обосновывает применение маркетинговых инструментов (маркетинговых коммуникаций).

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

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

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

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации

Модуль 6F1: «Устойчивое развитие» - 5% от общего оценки

Данный модуль включает раздел «Устойчивое развитие» Спецификации стандартов.

Выполняя данный модуль, участники подтверждают понимание социальной ответственности - как важнейшей составляющей понятия об устойчивом развитии бизнеса.

Компания исследует возможности применения принципов устойчивого развития в деятельности, необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса. В этом контексте необходима разработка и реализация стратегий развития бизнеса с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам. Кроме этого, необходимо выяснить, является ли предлагаемый продукт или услуга, подходящими с точки зрения устойчивости спроса и оценить это критически. Кроме того, будут оцениваться наличие всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса, реалистичность, подробное описание действий и примеры.

В этот модуль может включаться публичная презентация.

Модуль 7G1: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Финансовые инструменты» Спецификации стандартов.

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

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

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

В рамках данного модуля участники должны:

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

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

В этот модуль может включаться публичная презентация.

Модуль 8Н1: «Презентация компании» - 10% от общего оценке

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

Готовится, также, презентация в PowerPoint. Оформление слайдов должно соответствовать сложившимся правилам оформления деловых презентаций (разумное количество шрифтов и размера шрифта, продуктивное использование пространства слайда и др.). Слайды презентации должны быть читаемы, комфортны для зрительного восприятия.

Само представление должно занимать не более 6 минут. Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участники выйдут за предложенные временные рамки.

Презентация компании, помимо электронной презентации PowerPoint, может включать в себя любые другие подходящие элементы.

Оценка презентации строится на основе учета критерия креативности (творчества), способности участников приводить доводы и обоснованные аргументы, а также с учетом объема продаж и достоверности представленных данных.

Жюри может задавать вопросы. Способность ответить на вопросы жюри также включены в оценку.

Презентация и последующее обсуждение проводятся на русском языке. Краткий комментарий на английском приветствуется, но не является обязательным.

Отдельным критерием в презентации является само-рефлексия – способность участников отслеживать собственное движение в рамках Финала НЧ, использовать полученную информацию о командах-партнерах для решения текущих задач и пр.

Требования к одежде на защите по модулю Н1: для мужчин - официальный пиджак или жакет, черные брюки, белая рубашка, черный галстук без рисунка или с символикой Wjrlldskills, черные носки и черные ботинки.

Для женщин: официальный пиджак или куртка, черные брюки или юбка до колен, белая блузка без воротника или с небольшим воротником, не выходящим за отвороты пиджака, черные или цвета кожи бесшовные чулки (колготки) и черные туфли.

Участники могут быть в своей официальной конкурсной одежде (фирменная одежда делегации, образовательной организации и пр.).

Специальные этапы - 15% от общей оценки

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

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

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

11. ИНСТРУКЦИЯ для участников конкурса

Конкурс будет проходить на русском языке (знание английского приветствуется. Некоторые разделы «специальных этапов» могут быть на английском языке). Вся документация, публичные презентации и общение с жюри и экспертами – на русском языке.

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

12. Необходимые оборудование, машины, установки и материалы

Все оборудование и материалы будут предоставлены организаторами. Оборудование и т.д., используемое в конкурсе, приводится в специальном Инфраструктурном листе.

6.ОЦЕНКА. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1. Критерии оценки

6.1.1. Определение

Выполненные конкурсные задания оцениваются в соответствии с регламентами начисления баллов, принятыми в WSR на основании требований к компетенции (профессии), определяемых Техническим описанием. Все баллы и оценки регистрируются в Автоматизированной системе подведения итогов (CIS).

6.1.2. Аспекты субкритериев

Каждый критерий подразделяется на один или несколько Субкритериев. Каждый Субкритерий подразделяется на несколько Аспектов субкритерия, за которые начисляются баллы. Аспекты оценки могут быть либо субъективными, либо объективными.

6.1.3. Максимальная объективность оценки

Чемпионат должен стремиться к тому, чтобы максимально повысить объективность оценки.

6.1.4. Обоснование и система начисления баллов

Конкурсные задания оценивают только навыки и знания, указанные в Техническом описании. В пределах каждой компетенции Эксперты оценивают выполненные конкурсные задания в соответствии с согласованными с Национальным экспертом Критериями оценки.

6.2. Оценка субъективных показателей

6.2.1. Регламент использования веерных табличек

Оценка каждого Аспекта при субъективной оценке выполняется пятью Экспертами. Каждый Эксперт начисляет баллы от 1 до 10, которые указываются на табличках. Таблички следует использовать правильно: Экспертам необходимо выбрать нужную табличку с

оценкой самостоятельно, после чего все Эксперты одновременно поднимают и показывают таблички по команде лидера группы.

При субъективной оценке по 10-ти бальной шкале применяются следующие принципы начисления баллов:

- 1-4: ниже промышленного стандарта до среднего уровня;
- 5-8: на среднем уровне или выше промышленного стандарта;
- 9-10: блестящая или выдающаяся работа.

Для записи окончательных баллов используется распечатанная из CIS рукописная оценочная ведомость (оригинал). После заполнения рукописных оценочных ведомостей, проставленные оценки вносятся в CIS. После внесения оценок в CIS, Эксперт, ответственный за внесение, должен распечатать заполненные оценочные листы по каждому участнику и передать их Эксперту-компатриоту на проверку и сравнение с рукописными заполненными формами. После проверки, Эксперт-компатриот ставит подпись на всех листах обоих вариантов бланков оценки и передает их Главному эксперту. Бумажные формы оценочных ведомостей Главный эксперт после подписания Экспертом-компатриотом передает в Оргкомитет. Оргкомитет хранит указанные бумажные формы в течение как минимум 2 недель после завершения Чемпионата как контрольный документ.

6.2.2. Расчет присужденного балла

Каждый Эксперт начисляет балл от 1 до 10 за каждый Аспект Субкритерия. Эти баллы не могут различаться больше, чем на 3. После выполнения этого требования, баллы вносятся в CIS, а CIS удаляет самый высокий балл (или один из них, если их несколько) и самый низкий балл (или один из них, если их несколько) из начисленных. Средний из трех оставшихся баллов делится на 10 и умножается на максимальный балл по данному Аспекту, чтобы получить балл, который будет выставлен конкурсанту в конечном итоге.

Если конкурсант не выполнял какой-либо Аспект Субкритерия, то он получает от Экспертов ноль баллов. Такой результат вносится в CIS путем пометки «попытка отсутствует» («Non-attempt»).

6.2.3. Использование оценочных ведомостей

По каждому критерию Технического описания Жюри описывает и вносит в Ведомость оценки субъективных показателей подробности Субкритерия и Аспекты Субкритерия, по которым выставляется оценка, вместе с максимальным баллом за каждый Аспект Субкритерия. Для регистрации начисленных баллов используется соответствующая Ведомость оценки субъективных показателей.

Когда используются коллективные оценочные ведомости, содержащие несколько имен конкурсантов, то создается также мастер-форма, в которую заносятся все баллы из каждой индивидуальной Экспертной формы, для внесения данных в CIS. Такая форма затем хранится как контрольный документ.

6.3. Оценка объективных показателей

6.3.1. Процесс

Оценка каждого Субкритерия и его Аспектов выполняется тремя Экспертами.

6.3.2. Использование форм

Для каждого Критерия Технического описания Жюри описывает и вносит в Формы оценки объективных показателей описание Субкритерия и Аспекты оцениваемого Субкритерия вместе с максимальным баллом по каждому Аспекту. Для регистрации начисленных баллов используется соответствующая Форма оценки объективных показателей.

Когда используются коллективные оценочные ведомости, содержащие несколько имен конкурсантов, то создается также мастер-форма, в которую заносятся все баллы из каждой индивидуальной Экспертной формы, для внесения данных в CIS. Такая форма затем хранится как контрольный документ.

6.4. Процесс оценки

6.4.1. Начало Чемпионата

До того, как Система информационной поддержки Чемпионата будет готова к началу Чемпионата, Главный эксперт должен известить специалистов CIS о том, что все подготовительные задачи завершены и критерии выбраны.

6.4.2. Оценка субъективных показателей происходит до оценки объективных показателей

Когда оцениваются как субъективные, так и объективные показатели, субъективная оценка выставляется первой. Оценки, вносимые от руки в ведомости, вносятся туда чернилами.

6.4.3. Группы оценки

Эксперты из Жюри организуются таким образом, что объективную оценку каждого Аспекта Субкритерия производят по 3 Эксперта, а субъективную – по 5 Экспертов. Каждая группа оценки должна оценивать одни и те же аспекты Субкритерия по каждому конкурсанту для обеспечения стандартизации оценки. Для равенства оценки каждая группа должна по возможности оценивать один и то же количество оценок.

6.4.4. Эксперты и оценка конкурсантов из своего региона.

Эксперты не оценивают конкурсантов из своего региона. Однако же это создает сложности при объективности выставления оценок. Объективности можно добиться, если одна и та же группа Экспертов оценивает каждого конкурсанта по каждому из аспектов, за которые они выставляют баллы. Эта проблема решается несколькими способами:

- к группе Экспертов при оценке присоединяется дополнительный Эксперт, который выставляет оценку вместо Эксперта-компатриота;

- в случае оценки объективных показателей (где группу оценки составляют три Эксперта), оценка Эксперта-компатриота исключается из решения о присуждаемом балле;
- в случае оценки объективных показателей (где группу оценки составляют пять Экспертов), вместо оценки Эксперта-компатриота конкурсанту начисляется средний балл из оценок других четырех Экспертов;
- члены Жюри дают свое согласие на оценку Экспертами Конкурсантов из своего региона.

Любой из приведенных выше сценариев или дополнительный сценарий, разработанный Экспертами, возможно утвердить у Технического директора WSR.

6.4.5. Запрет на выставление оценки в присутствии конкурсанта

Оценка не выставляется в присутствии Конкурсанта, кроме тех случаев, когда в Техническом описании указано иное.

6.4.6. Ежедневная оценка

День оценки по каждому из критериев указывается в CIS. Результаты оценки, оцениваемым в какой-либо определенный день, вносятся в CIS, утверждаются и заверяются Главным экспертом до 12:00 следующего дня. Форма утверждения для CIS должна быть получена до 20:00 этого дня. Утвержденные результаты должны быть получены специалистами CIS до 23:00 последнего дня конкурсной части Чемпионата.

Все индивидуальные ведомости Экспертов должны быть подписаны всеми членами оценочной группы.

7. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

7.2. Дискуссионный форум

До начала конкурса все обсуждения, обмен сообщениями, сотрудничество и процесс принятия решений по компетенции происходят на дискуссионном форуме, посвященном соответствующей специальности (<http://forum.worldskillsrussia.org>). Модератором форума является Главный эксперт WSR (или Эксперт WSR, назначенный на этот пост Главным экспертом WSR). Временные рамки для обмена сообщениями и требования к разработке конкурса устанавливаются Правилами конкурса.

8.2. Информация для участников конкурса

Всю информацию для зарегистрированных участников конкурса можно получить:
<http://www.worldskills.ru>

Такая информация включает в себя:

- Правила конкурса
- Технические описания
- Конкурсные задания
- Другую информацию, относящуюся к конкурсу.

8.3. Конкурсные задания

Обнародованные конкурсные задания можно получить на сайте worldskills.org

8.4. Текущее руководство

Текущее руководство компетенцией производится Главным экспертом по данной компетенции. Группа управления компетенцией состоит из Председателя жюри, Главного эксперта и Заместителя Главного эксперта. План управления компетенцией разрабатывается за 1 месяц до начала чемпионата, а затем окончательно дорабатывается во время чемпионата совместным решением Экспертов.

9. ОЦЕНКА

В данном пункте предоставляется описание принципов оценки, экспертами конкурсных заданий, включая соответствие процесса и результата необходимым требованиям.

9.1. Критерии оценки

В данном пункте определяются критерии оценки и количество баллов (субъективных и объективных), начисляемых конкурсанту. Общее количество баллов = 100.

СХЕМА ОЦЕНКИ

Этот раздел определяет критерии оценки и количество баллов (субъективных и объективных). Общая сумма баллов для всех критериев оценки должна быть 100.

Модуль А1: Бизнес-план команды – 20% от общей оценки

Модуль В1: Наша команда и бизнес-идея - 10% от общей оценки

Модуль С1: Целевая группа - 10% от общей оценке

Модуль D1: Планирование рабочего процесса - 10% от общей оценки

Модуль E1: Маркетинговое планирование - 10% от общей оценки

Модуль F1: Устойчивое развитие - 5% от общего оценке

Модуль G1: Техничко-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели - 10% от общей оценки

Модуль H1: Презентация компании - 10% от общего оценке

Специальные Задания - 15% от общей оценки

9. ОТРАСЛЕВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

9.1. ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ

Соблюдаются в соответствии с законодательством Российской Федерации в области здравоохранения и безопасности труда.