

КОНКУРСНЫЕ ЗАДАНИЯ ПО КОМПЕТЕНЦИИ WORLDSKILLSRUSSIA

«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

(38.02.01 ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ)

1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Конкурс проводится в два этапа: Заочный (*модуль А1*) и Очный (*модули В1, С1, D1, E1*).

Конкурсное задание должно давать возможность оценить профессиональные знания и умения участников конкурса.

Результаты работы над каждым модулем представляются в виде публичной презентации.

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 5 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.

2. КОНКУРСНЫЕ ЗАДАНИЯ

Заочный этап конкурса.

Модуль А1. «Бизнес-план» - 50% от общей оценки

Участник разрабатывает бизнес-план. Электронная копия Бизнес-плана, должна быть представлена экспертному жюри за 3 дня до начала Конкурса.

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru/> или аналогичной. Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования - 50%.

Одна бумажная копия бизнес-плана каждого участника должна быть представлена в день проведения Конкурса.

Не представление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов.

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться и оцениваться экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 50% общей оценки участника.

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 25 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант БП должен быть сшит «пружинами», иметь прозрачную обложку в начале и твердую обложку в конце. Все что представлено является частью бизнес-плана. Могут быть также использоваться лицевая и обратная стороны листа. Вводится сквозная нумерация страниц и таблиц.

2. Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, TimesNewRoman, 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 компании/проекта, имя автора и дата представления.

4. Вторая страница – Оглавление.

5. 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. Техничко-экономическое обоснование проекта

Очный этап конкурса.

Для участия в очном этапе конкурса, участникам необходимо иметь с собой на электронном носителе заранее подготовленную презентацию в формате PowerPoint, составленную по всем разделам бизнес-плана.

Материалами презентации участники могут пользоваться при выполнении конкурсных заданий.

Время на выполнение заданий каждого модуля составляет 30 минут.

Защита модуля - 5 минут.

Модуль В1: «Моя бизнес-идея» - 10% от общей оценки

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

Конкурсантом раскрывается, каким образом удалось выйти на конкретную бизнес-идею.

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

В процессе презентации конкурсант должен ответить на вопросы: «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.

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

Цели этого модуля – оценить навыки и компетенции участников при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

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

Конкурсанты 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.

Конкурсант должен 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 D1: «Маркетинговое планирование» - 10% от общей оценки

Конкурсант представляет 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 конкурсантам необходимо показать её практическую ориентированность, оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии.

Конкурсант должен оценить маркетинговый бюджет, обосновать выбор стратегии ценообразования, описать каналы сбыта продукта или услуги.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

Модуль E1: «Специальное задание» - 10% от общей оценки

Специальная задачка носит «спонтанный» характер и требует оперативного реагирования конкурсантов.

Конкурсанты должны быстро адаптироваться к таким заданиям жюри. Специальное задание не может отличаться от общей темы конкурса. Задание является универсальным, и требует предпринимательских навыков.

Выполнение задания специального модуля дает представление о творческом потенциале конкурсантов для решения проблем и их компетентности.

Материалы специального задания изменяются ежегодно и не предоставляются участникам Конкурса заранее.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

Критерии оценки конкурсного задания регионального этапа
межрегионального конкурса «Мастер года 2020»
по компетенции WSR «Предпринимательство»

Название раздела		Критерии оценивания	Баллы		
			0	2	5
Модуль А1 Бизнес-план (50%)	1	Соответствие количества разделов бизнес-плана и их заголовков конкурсному заданию			
	2	Соответствие оформления бизнес-плана требованиям конкурсного задания			
	3	Проверка авторства текста бизнес-плана на «антиплагиат» показала более 50%			
	4	Наличие в бизнес-плане четко сформулированной миссии бизнеса			
	5	Наличие в бизнес-плане четко сформулированных задач бизнеса			
	6	Наличие в бизнес-плане четко сформулированных целей бизнеса в соответствии со SMART (конкретная, измеримая, определенная по времени)			
	7	Наличие в бизнес-плане ссылок на данные официальных источников (рабочие ссылки), используемых при расчетах			
	8	Наличие в бизнес-плане диаграмм и графических материалов, выполненных участниками проекта			
	9	В бизнес-плане представлены кратко-, средне- и долгосрочные прогнозы			

	10	Обоснование выбора названия бизнес-проекта			
			0	2	
Модуль В1 Моя бизнес-идея (10%)	1	Обоснована уникальность (оригинальность, креативность) выбранной бизнес-идеи			
	2	В презентации разъяснён (прокомментирован) способ генерирования бизнес-идеи			
	3	Представлено не менее трех ключевых факторов успеха (КФУ) рассматриваемой бизнес-идеи			
	4	Приведено не менее трех аргументов для демонстрации конкурентоспособности бизнес-идеи			
	5	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)			
			0	2	
Модуль С1 Целевая группа (20%)	1	Обоснована важность определения целевой аудитории			
	2	Правильно и корректно определены потребители/ покупатели			
	3	Определено не менее трех целевых групп			
	4	Определено отношение целевой группы к определенной сфере (b2b, b2c, b2g)			
	5	Применена методика 5W Шеррингтона сегментации целевой аудитории			

	6	Использованы коммуникационные приемы для определения целевой группы			
	7	Использованы официальные статистические данные для расчетов численности целевых групп			
	8	Определен объем целевой аудитории в количественном отношении для данного товара/услуги			
	9	Определен образ типичного клиента			
	10	Качество проведения презентации			
			0	2	
Модуль D1 Маркетинговое планирование (20%)	1	Сформулированы цели и задачи в области маркетинга			
	2	Применены методы стратегического анализа для выработки маркетинговой стратегии (SWOT, PEST анализ)			
	3	Представлена маркетинговая стратегия			
	4	Проведен анализ конкурентной среды			
	5	Определены каналы сбыта продукции			
	6	Определена стратегия ценообразования			
	7	Разработан детальный маркетинговый план для этапа запуска проекта			
	8	Обоснован выбор конкретных рекламных мероприятий			
	9	Рассчитана стоимость рекламных мероприятий			

	10	Представлена модель 4 «Р» для собственного бизнес-проекта			
			0	2	5
Модуль Е1 Специальное задание (20%)	1	Применены методы стратегического анализа (SWOT, PEST анализ)			
	2	Аргументированность и обоснованность проведенного анализа			
	3	Представлены рекомендации по оптимизации			
	4	Креативность выполнения специального задания			