Министерство образования и науки РД

 ГБПОУ «Колледж экономики и предпринимательства»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

к подготовке материалов бизнес-проектов конкурса «Я-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ»

1. год.

Данные методические рекомендации предназначены для учеников 9, 10, 11 классов и СПО, принимающих участие в конкурсе предпринимательских проектов «Я - ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ». На конкурс принимаются проекты, выполненные группой учащихся – Командой, состоящей из не менее двух и не более пяти человек.

* 1. Требования к проекту

На конкурс принимаются предпринимательские проекты, демонстрирующие бизнес-идею и способы её реализации с целью получения определенного экономического результата. Бизнес-проект – это описание бизнес-идеи и конкретных шагов, направленных на её реализацию.

Бизнес-идея может быть связана с:

1. Созданием и выводом на рынок нового продукта;
2. Усовершенствованием существующих товаров или услуг;
3. Созданием и развитием нового направления деятельности внутри существующей компании;
4. Решением актуальных социальных или общественных проблем, импортозамещением и т.п.

Бизнес-план проекта — это финансовая или имитационная модель, отражающая развитие проекта за определенный период времени. Бизнес-план позволяет определить перспективы развития рынка сбыта, оценить затраты, которые будут необходимы для создания продукта и его вывода на рынок, позволяет сопоставить доходы и расходы, определив потенциальную прибыльность бизнес-проекта, описать этапы создания и реализации проекта, а также обозначить проектные риски и предложить мероприятия по их минимизации.

Предпринимательские проекты, подаваемые на конкурс, рекомендуется разделить на следующие разделы:

1. Введение
2. Описание продукта
3. Описание рынка и конкурентного окружения
4. Маркетинговый план
5. Финансовый план
6. Описание основных рисков
7. Заключение
8. Раздел «Введение»

Раздел должен кратко описывать основную цель проекта и планируемый результат, дать краткое и точное описание продукта (товара или услуги), представить перспективы развития проекта (или компании) и развития

бизнеса, с точки зрения авторов. Введение является визитной карточкой всего проекта.

1. Продукт.

В основе успешного бизнеса лежит бизнес-идея, направленная на удовлетворение насущной потребности потенциально большой группы людей. Результатом такой бизнес-идеи становится создание продукта  товара или услуги.

В данном разделе необходимо описать, что представляет из себя продукт, для какой аудитории он предназначен, насколько велик потенциальный объем рынка, что предлагают конкуренты, и какое будущее может иметь данный продукт. В этот раздел бизнес-плана рекомендуется включить описание того, что делает продукт уникальным и востребованным, в чем его основные преимущества, для удовлетворения каких потребностей потребителей он предназначен, какой у продукта жизненный цикл, распространяются ли на продукт средства защиты прав интеллектуальной собственности: торговая марка, патенты, лицензии и пр.

1. Целевой рынок.

В этом разделе важно показать, на кого именно рассчитан предлагаемый продукт, насколько широкая или, наоборот, узкая эта аудитория, почему потенциальные клиенты должны сделать выбор в пользу предлагаемого продукта. В описание целевой аудитории можно включить следующие элементы:

* *Демографические и психографические данные.* Подробное описание характеристик целевой аудитории, а именно: возрастная группа, место проживания, жизненные интересы, уровень доходов, социальная принадлежность и т.п.
* *Потребность в продукте.* Для понимания потребностей потребителя проводятся предварительные исследования рынка. Результаты таких исследований позволяют выявить базовые условия существования продукта на рынке - наличие у потребителя неудовлетворенной потребности (проблемы) и его готовность платить за удовлетворение потребности (решение проблемы). В данном разделе следует показать, что потребность существует и предлагаемый продукт является актуальным решением.
* *Потребительская модель.* Описание стимулов, которые влияют на принятие решения о совершении покупки, какие факторы определяют потребность в совершении покупки, что подстегивает интерес к продукту и что может отталкивать от него.
* *Рыночная ниша.* Узкий сегмент рынка, на котором компания концентрирует свои маркетинговые усилия. Потенциальный размер рынка для конкретного продукта может быть достаточно большим и охватывать как значительные географические территории, так и миллионы потенциальных пользователей. Четкое определение рыночной ниши будет полезно при выстраивании бизнес-модели и выборе маркетинговой стратегии.
1. Конкурентное окружение.

Знание окружающей рыночной обстановки позволит предпринимателю своевременно реагировать на действия конкурентов и оставаться на шаг впереди них. В данный раздел рекомендуется включить следующую информацию:

* *Товары и услуги конкурентов:* сравнительное описание продуктов ближайших конкурентов. Это позволит понять, чем именно предлагаемый продукт отличается от продуктов конкурентов.
* *Характеристика компаний-конкурентов*: краткое описание рыночного положения ближайших конкурентов, а также описание того, насколько сильно пересекаются целевые аудитории.
1. Маркетинговый план.

В этом рекомендуется нужно показать каким образом продукт будут представлен потребителям, с помощью каких инструментов будет осуществляться его продвижение, как обеспечить максимальных охват аудитории. В раздел можно включить следующие пункты:

* *Стратегия выхода на рынок*: каким способом планируется представить свой продукт рынку и что планируется сделать для дальнейшего продвижения продукта и повышения его узнаваемости.
* *Стратегия роста*: с помощью каких методов будет увеличено число клиентов, какие меры будут предприняты для повышения лояльности клиентов, за счет чего будет обеспечен рост продаж.
* *Каналы дистрибуции*: методы и инструменты, при помощи которых обеспечивается продажа товара конечному потребителю. В качестве каналов распределения могут выступать дистрибьюторы, онлайн магазины, собственный фирменный магазин и т.п.
1. Финансовый план.

В данном разделе бизнес-плана должна быть представлена финансовая модель проекта, демонстрирующая потоки поступлений и расходов. В раздел рекомендуется включить следующе пункты:

* *План продаж:* прогноз, продаж на период реализации проекта. Важно представить, на базе каких данных подготовлен план продаж и на чем основаны прогнозы.
* *Производственный план*: детализированный план расходов на производство продукта. Расходы делятся на постоянные и переменные.
* *Денежный поток (кэш-фло, от англ. cash-flow):* план движения денежных средств компании, включающий все входящие и исходящие платежи
* *План прибылей и убытков*: отражает доходы, расходы и финансовые результаты деятельности компании за определенный период. Для составления плана прибылей и убытков используются план продаж, план расходов, расчет налоговых выплат. Из плана продаж используются данные об объемах продаж и выручки, из плана производства – совокупные постоянные и переменные издержки. Налоговые выплаты рассчитываются на основе выбранной организационно-правовой формы, системы налогообложения, действующих налоговых ставок.

Описание финансовой части проекта должен включать анализ показателей эффективности проекта: срок окупаемости, показатели доходности и прибыльности. Проект должен продемонстрировать положительный финансовый результат, поскольку в большинстве случаев, конечной целью предпринимательского проекта является получение прибыли. Проекты социальной направленности также должны иметь положительный финансовый результат, обеспечивающий их устойчивое развитие. Всю информацию рекомендуется представлять в наглядной и информативной форме (графики, таблицы, диаграммы и т.п.).

1. Заключение

Раздел содержит краткое обобщение результатов, полученных в ходе работы над проектом. В разделе можно кратко описать итоговый результат, представить будущее проекта или развития его как бизнеса, сформулировать общие рекомендации.

1. Оформление письменного отчета

Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 12 пт, межстрочный интервал – 1,5. Поля: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм.

Номера присваиваются всем страницам, начиная с титульного листа, нумерация страниц проставляется с «Содержания».

В тексте не должны использоваться сокращения слов и аббревиатуры за исключением общепринятых.

Все таблицы и рисунки в тексте проекта должны быть пронумерованы и иметь названия.

Объёмный материал (занимающий более страницы) размещается в разделе Приложения. В Приложения можно вынести дополнительные материалы по проекту: фото, схемы, модели, чертежи, коды и т.п,

Объёмные материалы по проекту (видео-, фотоматериалы высокого разрешения) могут быть размещены на сторонних ресурсах и находиться в свободном доступе по интернет-ссылке.

Список литературы должен содержать перечень использованных в работе нормативных актов, книг, журналов, статей, источников статистической информации, интернет-источников. Список источников следует помещать после раздела «Заключение». Описание использованных источников оформляется в соответствии с требованиями [ГОСТ Р 7.0.100–2018](https://docs.cntd.ru/document/1200161674).

1. Перечень материалов для загрузки на портал конкурса
2. Письменный отчет в формате Word, PDF
3. Презентация проекта в формате PowerPoint, PDF
4. Критерии оценки работ

Жюри при оценке проектов руководствуется следующими критериями: Заочный этап:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование критерия****оценки** | **Описание критерия** | **Максимальный****балл** |
| **1. Описание новизны, востребованности бизнес-идеи (максимум 20 баллов)** | **30** |
| Востребованность товара/услуги | Представлено описание востребованности бизнес-идеи. Обоснование востребованности дается на основании изучения рынка, целевой аудитории, проведенных кабинетных и полевых исследований. | 20 |
| Оригинальность/новизна проекта | Представлено описание новизны бизнес- проекта, отличий предлагаемого решения от существующих на рынке товаров/услуг, преимуществ товара/услуги. | 10 |
| **2. Содержательная часть проекта (максимум 30 баллов)** | **60** |
| Описание ценностного предложения, оценка рынка, оценка спроса | Представлено описание целевой аудитории, типичного профиля клиента дана оценка емкости рынка, представлено описание конкурентной среды, продуктов-заменителей.Показано как выглядит и масштабируется | 20 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | предложение для клиента, как и какую выгоду получает клиент, используя продукт. Представлен краткий план продаж (объемы продаж на ближайшее время, цена). |  |
| Технологическое описание | Представлен расчет необходимых затрат и описание используемых ресурсов (типы ресурсов, источники, наличие особых требований к качеству ресурсов/навыкам персонала). Представлен краткий план производства (объемы производства на ближайшее время, себестоимость продукта). Дается описание организационной формы, структуры собственности, структуры управления. | 20 |
| План реализации проекта, вывод товара/услуги на рынок | Представлена стратегия реализации проекта. Представлен маркетинговый план (позиционирование, каналы сбыта, инструменты продвижения). Дается краткое описание основных рисков и условий успешной реализации проекта. Представлены показатели для оценки эффективности проекта. Представлены прогнозы и планы реализации проекта. | 20 |
| **3. Оформление работы** | **10** |
| **ИТОГО** | **100** |

Очный этап:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование критерия оценки** | **Описание критерия** | **Максимальный балл** |
| Компетентность в исследуемой области,понимание контекста проекта: умение показать востребованность бизнес-идеи и ее новизну в рамках текущей рыночной ситуации. | Представлено обоснование востребованности бизнес-идеи. Представлено описание новизны бизнес-проекта, отличий предлагаемого решения от существующих на рынке товаров/услуг, преимуществ товара/услуги. Продемонстрировано общее понимание исследуемой сферы бизнеса. | 25 |
| Владения навыками публичного выступления, презентационными навыками: творческий подход, логичность ипоследовательность в | Основные блоки бизнес-проекта качественно отражены в презентации. Выступление участников убедительно. На вопросы даны исчерпывающие ответы, подкрепленные | 25 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| дискуссии, аргументация при ответах на вопросы. | логичными обоснованными выводами, расчетами. |  |
| Аналитические навыки: умение аргументировать полученные результаты, пояснить используемые инструменты, представить личную оценка проекта. | Представлены выводы на основе конкретных данных. Продемонстрировано понимание используемых инструментов сбора и оценки данных. Продемонстрированы показатели экономической эффективности проекта и способность обосновать полученные результаты. | 25 |
| Логика изложения материала. | Презентация материалов в краткой форме демонстрирует полученные результаты, их обоснование и обобщение, представленные выводы и рекомендации не противоречивы и логично вытекают из проделанной авторами работы. | 25 |
| **ИТОГО** | **100** |

Поскольку проект является результатом командной работы, во время очного этапа каждый участник должен обосновать личный вклад в проект. Личный вклад может определяться ролью в проекте (например, подготовка раздела в итоговый отчет, проведение опросов и т.п.), либо пояснениями распределением задач и сфер ответственности внутри команды.

1. Рекомендуемая литература и источники сети Интернет
2. Малое предпринимательство. Организация, развитие и управление малым предприятием : учебник / под науч. ред. Г.Л. Багиева, В.Ю. Бурова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 582 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-016113-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082299>
3. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Абрамс Р., Комаров С. М.:Альпина Пабл., 2016. - 486 с.: 84x108 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9614-5738-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/773651>
4. Блэнд, Д. Тестирование бизнес-идей / Дэвид Блэнд, Алекс Остервальдер

; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 354 с. - ISBN 978-5- 9614-3658-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222476> (дата обращения: 27.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

1. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Остервальдер А., Пинье И., - 2-е изд. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 288 с.:

ISBN 978-5-9614-1844-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

1. [https://smbn.ru](https://smbn.ru/) – портал бизнес-навигатора МСП
2. [http://nalog.ru](http://nalog.ru/) – официальный сайт Федеральной Налоговой Службы
3. <https://constructorium.ru/main> - центр поддержки и обучения начинающих предпринимателей. Целевая аудитория: школьники, студенты, аспиранты.
4. [ФРИИ Интернет-предпринимательство](https://www.youtube.com/playlist?list=PLz0jAa66OYaDx-m43wBRDGD-b2OfmiUbV) - пошаговое создание стартапа от поиска идеи до вывода продукта на рынок и питча инвесторам.