Приложение 2

Отборочные соревнования на VI Открытый региональный чемпионат «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) – 2019 в Кузбассе по компетенции Предпринимательство

Отборочные соревнования будут проходить в два этапа – заочный :Модуль А1, очный: модули С1,Е1 и выполнение специального задания.

**1 этап** включает в себя разработку и отправку бизнес – плана (Модуль А1) до 28.10.2019г.

Команда разрабатывает и направляет электронную копию Бизнес-плана, на адрес эксперта ki[seleva.tatyana@inbox.ru](mailto:seleva.tatyana@inbox.ru) не позднее 09.00 часов 29.10.2019. (Файл с бизнес-планом подписывать по следующему требованию: *Краткое наименование ПОО\_Бизнес-план\_Название бизнес-плана)*

1. Бизнес-план в формате Word;
2. Приложения:

- Финансовые расчеты в формате excel.

Формат письменных материалов (Бизнес-план):

1. 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. Письменный вариант Бизнес-плана 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, 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, 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

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

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы https://[www.antiplagiat.ru/](http://www.antiplagiat.ru/) или аналогичной Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования 98%).

Две бумажные копии бизнес-плана и приложения каждой участвующей команды должны быть представлены в день проведения отборочных соревнований.

Непредставление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов (по модулю А1).

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться и оцениваться (30.10.2019-31.10.2019) экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов).

Финансовые (математические) расчеты следует приводить в таблицах, схемах, в т.ч. с использованием Excel. Динамику показывать наглядно – схемы, графики, диаграммы. Данные, приведенные в бизнес-плане в Excel, могут использоваться (в том числе – корректироваться) в ходе работы на площадке.

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. Каждая таблица должна иметь заголовок, точно и кратко отражающий ее содержание.

**2 этап** подразумевает выполнение и публичную презентацию: Модуля C1 «Целевая группа», Модуля 5E1: «Маркетинговое планирование» и специального этапа.

**Выполнение задания по модулю С1.**

Данный модуль включает раздел «Целевая аудитория» Спецификации стандартов.

В данном модуле разрабатываются целевая аудитория и образ клиента:

- Анализ рынка и отрасли

- Целевые рынки (целевые потребители)

- Анализ рынков сбыта (оценка размера рынка и возможных тенденций его развития, оценка доли рынка и объема продаж, сегментация рынка и определение ниши продукта бизнеса).

Участники определяют и детально описывают целевые группы (приводятся качественное характеристики), на которые будет нацелен продукт/услуга компании. Должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены в бизнес-концепцию.

Определено и продемонстрировано отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого взаимодействия, к определенному товару/услуге.

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

Важно использовать официальные и фактические данные для расчета численности целевых групп, доли и ниши рынка. Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией (воронки продаж).

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации.

**Выполнение задания Модуля E1**: «Маркетинговое планирование» Данный модуль включает раздел «Маркетинговое планирование/Формула маркетинга» Спецификации стандартов.

Прежде всего, для вашего товара должен существовать рынок сбыта. В данном модуле вы должны показать, что этот рынок есть. Потенциальные покупатели делятся на конечных потребителей и оптовых покупателей. Если потребителем выступает предприятие, то оно характеризуется месторасположением и отраслью, в которой вы работаете. Также, стоит описать потребительские свойства товаров - цена, срок службы изделия, внешний вид и другие:

1. требования, которые потребитель предъявляет к продукции данного вида и ваши возможности им соответствовать

2. анализ и описание конкурентов, какие сильные и слабые стороны вы будете иметь

3. маркетинговые исследования, описание рынка и его перспективы развития

4. сбыт — начиная от упаковки и хранения и заканчивая непосредственно сбытом в местах продаж и гарантийным обслуживанием

5. привлечение потребителей — какими способами (маркетинговыми инструментами), анализ эластичности спроса по цене, стратегии ценообразования.

Проведен анализ взаимовлияния методикой для анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса.

Компания разрабатывает детальный маркетинговый план, который отражает выбранную маркетинговую стратегию: определяет цель в области маркетинга, её измеримость, формулирует задачи для её достижения, обосновывает применение моделей построения маркетингового цикла, определяет и обосновывает применение маркетинговых инструментов (маркетинговых коммуникаций). А также компания разрабатывает и обосновывает выбор рекламных моделей.

При разработке маркетинговой стратегии необходимо показать ее 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.

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.

Фактически реализованная рекламная компания представляется, в виде анализа результатов запланированной стоимости на привлечение 1 клиента и фактических затрат.

Результаты работы над модулем представляются в виде публичной презентации

Определите роли для своей компании в области маркетинга.

**Выполнение специального этапа.** Специальные задачи являются универсальными, и их выполнение требует предпринимательских навыков. Выполнение задач дает представление о творческом потенциале команды для решения проблем и их компетентности.

Приложение 1

**График проведения отборочных соревнований**

**по компетенции «Предпринимательство»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **ПОО** | **Время проведения** |
| **31 октября** | | |
| 1. | Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Кемеровский горнотехнический техникум | 10-00 |
| 2. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Кемеровский аграрный техникум» имени Г.П.Левина | 10-00 |
| 3. | ГПОУ «Кемеровский коммунально – строительный техникум» имени В.И. Заузелкова | 10-00 |
| 4. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Кемеровский профессионально-технический техникум» | 10-00 |
| 5. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Сибирский политехнический техникум» | 10-00 |
| 6. | Среднетехнический факультет ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» | 10-00 |
| 7. | Частное Образовательное Учреждение Профессианального образования Кемеровский Кооперативный техникум | 10-00 |
| 1 ноября | | |
| 8. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Кузнецкий индустриальный техникум» | 11-00 |
| 9. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий торгово-экономический техникум» | 11-00 |
| 10. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Мариинский политехнический техникум» | 11-00 |
| 11. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Прокопьевский промышленно-экономический техникум» | 11-00 |
| 12. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Прокопьевский аграрный колледж» | 11-00 |
| 13. | Государственное профессиональное образовательное учреждение«Яшкинский техникум технологий и механизации» | 11-00 |
| 14. | Государственное профессиональное образовательное учреждение «Березовский политехнический техникум» | 11-00 |