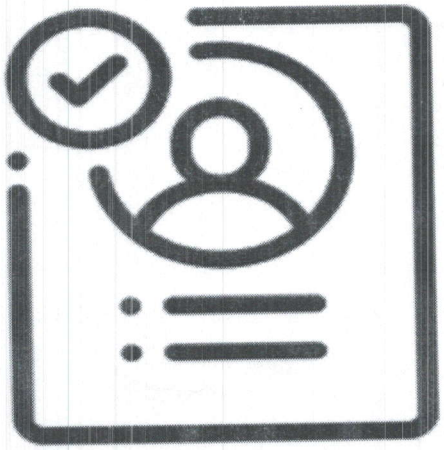
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЧЕМПИОНАТ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МАСТЕРСТВУ СРЕДИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ
«АБИЛИМПИКС - 2022» В КЧР

УТВЕРЖДЕНО:
Региональным центром
развития движения «Абилимпикс»
_____ В.А. Дорогань
«23» _____ 2022 г.

# КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
## по компетенции
## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



| | | |
|---|---|---|
| РАССМОТРЕНО:<br>Организация<br>КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ ООО ИНВАЛИДОВ «ВСЕРОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО ГЛУХИХ»<br>Председатель:<br>_____ А.И. Акперова<br>«___» _____ 2022 г. | РАССМОТРЕНО:<br>Организация<br>КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНВАЛИДОВ «ВСЕРОССИЙСКОЕ ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ ОБЩЕСТВО СЛЕПЫХ»<br>Председатель:<br>_____ С.М. Дубовик<br>«___» _____ 2022 г. | РАССМОТРЕНО:<br>Организация<br>КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕРОССИЙСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ВСЕРОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО ИНВАЛИДОВ»<br>Председатель:<br>_____ Г.В. Дубоносова<br>«___» _____ 2022 г. |

Черкесск 2022

## 1. Описание компетенции

### 1.1. Актуальность компетенции

Развитие предпринимательства является ключевым условием формирования среднего класса и драйвером роста в сферах торговли, производства и услуг, технологического прогресса и занятости.

Освоение навыков по компетенции «Предпринимательство» позволяет вести свой бизнес в любой сфере деятельности, а также способствует успешной работе по найму в коммерческих и некоммерческих организациях.

При введении санитарно-эпидемиологических ограничений соревнования по компетенции «Предпринимательство» могут быть организованы с применением дистанционных форм участия конкурсантов и экспертов.

### 1.2. Профессии по компетенции

Компетенция «Предпринимательство» применима во множестве видов деятельности. В связи с этим она особенно привлекательна в условиях изменчивости рынка труда и для тех, кому сложно устроиться на работу по найму.

Предпринимательские навыки применимы как для ведения бизнеса, так и в работе по найму: в подразделениях, которые отвечают за продажи, маркетинг и развитие или в должности директора (руководителя филиала).

Потенциальными работодателями являются предприятия всех отраслей: торговые, производственные, строительные, финансовые, транспортные, сельскохозяйственные, медицинские и т.д.

### 1.3. Образовательные и профессиональные стандарты

| Школьники (образовательный стандарт) | Студенты (образовательные стандарты) | Специалисты (профессиональные стандарты) |
|---|---|---|
| Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования | 38.02.01 Экономика и бухучет<br>38.02.04 Коммерция<br>38.03.01 Экономика (бакалавриат)<br>38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)<br>38.04.01 Экономика (магистратура)<br>38.04.02 Менеджмент (магистратура) | 08.035 Маркетолог<br>08.037 Бизнес-аналитик |

### 1.4. Требования к квалификации

| Школьники | Студенты | Специалисты |
|---|---|---|
| **Знания:**<br>- система знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность | **Знания:**<br>- калькуляция себестоимости продукции (38.02.01);<br>- система налогов Российской Федерации (38.02.01);<br>- основы финансового | **Знания:**<br>- методы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства;<br>- методы и стратегии ценообразования; |

| | | |
|---|---|---|
| индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;<br>- понимание сущности экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества;<br>- понимание значения этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества;<br><br>**Умения** (навыки, способности):<br>- принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;<br>- навыки поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет;<br>- умение различать факты, аргументы и оценочные суждения;<br>- умение анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;<br>- навыки проектной деятельности: умение разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;<br>- умение применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения | менеджмента, методические документы по финансовому анализу, методические документы по бюджетированию и управлению денежными потоками (38.02.01);<br>- механизмы ценообразования, формы оплаты труда (38.02.04);<br><br>**Умения** (навыки, способности):<br>- определять объем работ по финансовому анализу, потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах (38.02.01);<br>- формировать аналитические отчеты и представлять их заинтересованным пользователям (38.02.01);<br>- применять результаты финансового анализа экономического субъекта для целей бюджетирования и управления денежными потоками (38.02.01);<br>- составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта (38.02.01);<br>- вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы) (38.02.01);<br>- определять состав | - методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, сбора и обработки маркетинговой информации;<br>- методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий;<br>- организация рекламного дела;<br>- особенности конъюнктуры рынков товаров и услуг;<br>- предметная область и специфика деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;<br>- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;<br>- рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики;<br>- состав процесса и принципы стратегического и оперативного планирования;<br>- теория заинтересованных сторон.<br><br>**Умения:**<br>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;<br>- анализировать, классифицировать и моделировать требования заинтересованных сторон в соответствии с выбранными подходами;<br>- выявлять и классифицировать бизнес-проблемы и бизнес-возможности;<br>- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; |

| | | |
|---|---|---|
| основных социально-экономических ролей (производителя, продавца, заемщика, акционера, работодателя, налогоплательщика);<br>- способность к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства;<br>- знание особенностей современного рынка труда, владение этикой трудовых отношений;<br>- умение ориентироваться в текущих экономических событиях в России и в мире;<br>- владение приемами работы со статистической, фактической и аналитической экономической информацией;<br>- | материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации (38.02.04);<br>- рассчитывать по принятой методологии основные экономические показатели деятельности организации, цены и заработную плату (38.02.04);<br>- находить и использовать необходимую экономическую информацию (38.02.04);<br>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности (38.02.04);<br>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций (38.02.04);<br>- проводить маркетинговые исследования рынка (38.02.04);<br>- разрабатывать экономические разделы планов предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств (38.03.01);<br>- разрабатывать варианты управленческих решений, обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений (38.03.01);<br>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (38.03.01);<br>- на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные | - определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг;<br>- оформлять результаты бизнес-анализа;<br>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;<br>- применять информационные технологии для целей бизнес-анализа;<br>- проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов);<br>- продвигать товары (услуги) организации на рынок;<br>- работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;<br>- разрабатывать маркетинговую стратегию организации;<br>- сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);<br>- управлять продажами товаров и услуг. |

| | | |
|---|---|---|
| | теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (38.03.01);<br>- способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (38.03.01);<br>- использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (38.03.02);<br>- бизнес-планирования, создания и развития новых организаций, направлений деятельности или продуктов (38.03.02);<br>- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (38.03.02);<br>- моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (38.03.02);<br>- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие | |

| | | |
|---|---|---|
| | организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (38.03.02);<br>- оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (38.03.02);<br>- анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов (38.04.01);<br>- составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом (38.04.01);<br>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (38.04.02);<br>- владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (38.04.02). | |

## 2. Конкурсное задание

### 2.1. Краткое описание задания

Краткое содержание конкурсного задания (для всех категорий конкурсантов): «Формирование бизнес-модели и установление деловых связей».

Конкурсанты выступают в роли учредителя или руководителя коммерческого предприятия, самостоятельно выбирая сферу и методы ведения предпринимательской деятельности.

Задачи конкурсантов:

продумать бизнес-модель своего предприятия (до соревнований);

презентовать свою бизнес-модель и ответить на вопросы экспертов;

установить деловые связи;

получить обратную связь от экспертов и других конкурсантов для проверки и доработки своей бизнес-модели.

### 2.2. Структура и подробное описание конкурсного задания

| **Категория** | **Модуль** | **Время проведения модуля** | **Полученный результат** |
|---|---|---|---|
| **Школьники** | Модуль 1. | 1 час | - конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию) |
| | Модуль 2 | 1,5 часа | - конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования;<br>- конкурсант получили обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели |
| Общее время выполнения конкурсного задания – 2,5 часа. | | | |
| **Студенты** | Модуль 1. | 1 час | - конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию) |
| | Модуль 2 | 2 часа | - конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования;<br>- конкурсант получили обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели |
| Общее время выполнения конкурсного задания – 3 часа. | | | |
| **Специалисты** | Модуль 1. | 1 час | - конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию) |
| | Модуль 2 | 2,5 часа | - конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования;<br>- конкурсант получили обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели |
| Общее время выполнения конкурсного задания – 3,5 часа. | | | |

## 2.3. Последовательность выполнения задания

### Модуль 1.

Конкурсанты по памяти заполняют на компьютере форму «Бизнес-модель» (прилагается), которая состоит из 9 разделов.

В ходе заполнения указанной формы конкурсант кратко описывает основные характеристики своей бизнес-модели, которые были им проработаны при подготовке к соревнованиям.

Конкурсанты могут выбрать любую сферу экономической деятельности.

По истечении времени модуля 1 заполненная форма сохраняется в формате, который не позволяет последующее редактирование (например, в формате pdf) и направляется экспертам.

### Модуль 2.

Конкурсанты проводят устные презентации бизнес-моделей (в ходе презентации заполненная форма может быть использована как конспект презентации), а эксперты задают конкурсантам вопросы и дают им рекомендации по доработке их бизнес-моделей.

Предельная длительность одной презентации определяется главным экспертом исходя из числа конкурсантов. В рамках каждой презентации не менее 3 минут отводится на вопросы и рекомендации экспертов.

По итогам презентации бизнес-модели эксперты выставляют оценки по каждому разделу, руководствуясь прилагаемыми критериями.

При подведении итогов используется среднее арифметическое оценок экспертов.

### Описание разделов бизнес-модели

Раздел 1. Потребители

В этом разделе конкурсанты описывают своих возможных потребителей (покупателей, клиентов): потребности потребителей своего продукта (товара или услуг) и их особенности (сегменты потребителей).

Описание потребностей потребителей должно содержать анализ их запросов (например, многих не устраивают кондитерские изделия в магазинах, и они готовы заказать торт по своим требованиям к определённой дате).

Особенности потребителей отражают их уровень дохода, средний возраст и пол большей части возможных потребителей, а также другие их признаки (например, определённые профессии, спортсмены, родители школьников и т.п.).

Для получения максимального балла необходимо оценить возможное количество потребителей (спрос) в предполагаемом месте ведения бизнеса. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 2. Ценностные предложения

В этом разделе необходимо представить свой продукт (товары / услуги) и описать его ценность для потребителей – чем он выгодно отличается от аналогичных продуктов, представленных на рынке.

В ходе презентации следует обосновать: почему потребители будут выбирать продукт конкурсанта, а не конкурентов – продающую идею бизнес-модели (торговое предложение). При этом нужно опираться на анализ потребностей потребителей и стремиться выявить их проблему, которую способен снять продукт конкурсанта.

Ценность предложения для потребителей может достигаться за счёт таких характеристик как:

- качество выше, чем у большинства конкурентов;
- цена ниже, чем у большинства конкурентов;
- адаптация продукта под сегмент потребителей;
- новизна продукта (уникальное торговое предложение);
- дополнительные сервисы;
- дизайн (бренд, статусность);
- удобство для потребителей и т.д.

Конкурсанты описывают выбранную ими рыночную нишу, отличия продукта и методов ведения бизнеса от большинства конкурентов, а также определяют ценовую политику предприятия: цены ниже, чем у большинства конкурентов (сегмент «эконом»), цены сопоставимы со средними (сегмент «массовый») или выше средних (сегмент «премиум»).

Для получения максимального балла следует описать конкурентов (назвать компании, которые являются наиболее известными в данном виде деятельности, выделить прямых и непрямых конкурентов, определить их общие черты и сильные стороны), а также проанализировать тенденции развития отрасли (например, повышение спроса на доставку, вероятные изменения правового регулирования и т.п.). Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 3. Каналы продаж

В этом разделе следует определить каналы продаж – наиболее подходящие способы продвижения своего продукта: способы продаж, виды рекламы, методы привлечения потребителей, например:

- собственные точки продаж;
- продажи через розничные или оптовые сети;
- участие в государственных или муниципальных закупках;
- продажи крупным компаниям;
- маркетплейсы;
- использование торговых агентов;
- сайт и продвижение в интернете;
- продвижение в социальных сетях;
- наружная реклама;
- оформление (упаковка) товара;
- листовки;
- партнёрские программы и т.п.

Для получения максимального балла необходимо обосновать, какие каналы наиболее эффективны для разных сегментов потребителей. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 4. Взаимодействие с потребителями

В этом разделе следует определить ключевые способы взаимодействия с потребителями, например:

- персональная поддержка (сотрудники предприятия общаются с потребителями в магазине, по телефону или в чате, персональный менеджер или тренер и т.п.);
- самообслуживание или автоматизированное обслуживание (интернет-магазин, вендинговые аппараты);
- совместное создание (потребители участвуют в создании продукта или его продвижении, например, отзывы потребителей в описании товаров в интернет-магазине).

Для получения максимального балла конкурсант должен привести обоснования своего выбора способов взаимодействия с потребителями с учётом особенностей сегментов возможных потребителей своего продукта. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 5. Доходы

В этом разделе необходимо определить типы доходов (потоки доходов), которые могут быть разовыми или периодическими, например:

- доходы от разовых сделок (продажи товаров или услуг);
- повременная оплата (абонемент, прокат, отель и т.п.);
- платежи за действия / события (доставка, привлечение клиентов и т.п.);
- комиссия (например, процент от заключённых договоров).

Для получения максимального балла следует оценить возможный объём доходов предприятия в год. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 6. Ресурсы

Необходимо описать наиболее важные активы и иные ресурсы, которые потребуются для реализации бизнес-модели:

- материальные ресурсы (собственные или арендуемые помещения, оборудование, сырьё и т.п.);
- персонал (состав и количество сотрудников, системы оплаты труда);
- интеллектуальные ресурсы (бренд, программное обеспечение, базы данных и т.п.).

Для получения максимального балла следует оценить примерный объём инвестиций для начала деятельности предприятия. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 7. Ключевая деятельность

В этом разделе следует определить ключевые направления активности, необходимые для успешной реализации бизнес-модели, например:

- снижение расходов и поддержание цен ниже средних;
- увеличение объёма производства;
- производство конкурентоспособной продукции, повышение её качества и предоставление дополнительных сервисов;
- увеличение среднего чека;
- поддержание стандарта качества услуг;
- оказание услуг по запросам клиентов;
- организация взаимодействия с поставщиками, привлечение новых поставщиков;
- повышение квалификации сотрудников предприятия;
- реклама и продвижение продукта.

Для получения максимального балла конкурсант должен привести обоснования своего выбора ключевых направлений деятельности с учётом других разделов бизнес-модели. Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 8. Партнёры

В этом разделе нужно обозначить виды ключевых партнёров предприятия, например:

- поставщики сырья, комплектующих деталей и т.п.;
- розничные магазины или агенты, реализующие продукцию предприятия;
- инвесторы;

- партнёры, выполняющие определённые процессы (например, бухгалтерское сопровождение, упаковка продукции и т.п.);
- другие компании с общей целью (например, разработка и вывод на рынок нового продукта);
- отраслевые союзы и иные некоммерческие деловые объединения, которые постоянного представляют интересы членов объединения.

Для получения максимального балла конкурсант должен привести обоснования своего выбора ключевых партнёров с учётом разделов «Ресурсы» и «Ключевая деятельность»). Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

Раздел 9. Расходы

В этом разделе следует описать основные расходы, необходимые для открытия и последующей работы предприятия:

- расходы на приобретение оборудование и инвентаря;
- расходы на аренду, приобретение или строительство помещения (здания);
- расходы на товарно-материальные запасы (сырьё, товары и т.п.);
- оплата труда сотрудников;
- расходы на рекламу.

Для получения максимального балла следует привести примерную сумму расходов, необходимых для открытия предприятия (инвестиции), и обеспечения его последующей деятельности (операционные расходы в год). Данное требование не предъявляется к конкурсантам в категории «школьники».

**Особые указания**

Не допускается присутствие на конкурсной площадке наставников или иных лиц, сопровождающих конкурсантов (за исключением случаев, когда конкурсанту в силу состояния здоровья необходима помощь в оформлении или представлении результатов выполнения конкурсного задания).

Не допускается использование графических презентаций и иных материалов, которые были подготовлены до начала соревнований.

В ходе выполнения модуля 1 конкурсантам запрещается использовать электронную почту и другие средства связи, но разрешается использовать Интернет для поиска информации в части информационных ресурсов для бизнес-планирования (например, Портал Бизнес-навигатора МСП).

При проведении конкурсантами презентаций допускается участие независимых экспертов, наставников конкурсантов, представителей потенциальных работодателей и организаций, которые могут принять конкурсантов для прохождения производственной практики или стажировки, а также иных зрителей.

При введении ограничений в связи с ухудшением санитарно-эпидемиологической ситуации участие независимых экспертов и представителей потенциальных работодателей должно быть организовано в дистанционном формате.

## 2.4. Изменение конкурсного задания

Изменения в конкурсное задание могут быть внесены по решению Национального центра «Абилимпикс» или главного эксперта в части изменения на 30 % содержания разделов модуля 2 и (или) длительности проведения модулей.

## 2.5. Критерии оценки выполнения задания

**Для всех категорий участников.**

| Наименование модуля | Задание | Максимальный балл |
|---|---|---|
| Модуль 1. | конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию) | 100 |
| Модуль 2 | конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования;<br>конкурсант получили обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели | |
| **ИТОГО** | | **100** |

| Задание | № | Наименование разделов | Максимальные баллы | Объективная оценка (баллы) | Субъективная оценка (баллы) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1.Конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию)<br>2.Конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования; конкурсант получили обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели | 1. | Раздел 1. Потребители | 10 | 10 | |
| | 2. | Раздел 2. Ценностные предложения | 10 | 10 | |
| | 3. | Раздел 3. Каналы продаж | 10 | 10 | |
| | 4. | Раздел 4. Взаимодействие с потребителями | 10 | 10 | |
| | 5. | Раздел 5. Доходы | 10 | 10 | |
| | 6. | Раздел 6. Ресурсы | 10 | 10 | |
| | 7. | Раздел 7. Ключевая деятельность | 10 | 10 | |
| | 8. | Раздел 8. Партнёры | 10 | 10 | |
| | 9. | Раздел 9. Расходы | 10 | 10 | |
| | 10. | Дополнительные баллы:<br>- за расчёт срока окупаемости предприятия (категории «студенты» и «специалисты»);<br>- примерный расчёт расходов (категория «школьники) | 10 | 10 | |
| **ИТОГО:** | | | **100** | | |

| Критерии выставления баллов | Баллы |
|---|---|
| информация по разделу не представлена или представлена формально (односложный ответ, конкурсант не может обосновать ответ или ответ явно не соответствует ситуации в отрасли) | 2 |
| информация по разделу не представлена в ходе презентации, но конкурсант представляет информацию в ответе на вопрос эксперта | 4 |
| информация по разделу представлена в ходе презентации | 6 |
| информация по разделу представлена в ходе презентации и представлены её обоснования | 8 |
| в презентации раскрыты аспекты раздела, указанные в конкурсном задании в качестве условия получения максимальной оценки | 10 |
| в ходе презентации конкурсант представил обоснованный расчёт срока окупаемости (категории «студенты» и «специалисты») либо примерный расчёт расходов (категория «школьники») | 10 |

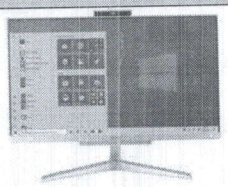
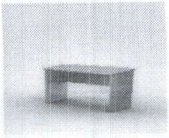
Форма: Бизнес-модель

Фамилия и инициалы конкурсанта_____ Название проекта (фирменное наименование, бренд и т.п.) _____

<table>
<tr><td rowspan="2">8. Партнёры</td><td>7. Ключевая деятельность</td><td rowspan="2">2. Ценностные предложения</td><td>4. Взаимодействие с потребителями</td><td rowspan="2">1. Потребители</td></tr>
<tr><td>6. Ресурсы</td><td>3. Каналы продаж</td></tr>
<tr><td colspan="3">9. Расходы</td><td colspan="2">5. Доходы</td></tr>
</table>

**3. Перечень используемого оборудования, инструментов и расходных материалов (для всех категорий конкурсантов)**

**3.1. Школьники, студенты, специалисты**

| ОБОРУДОВАНИЕ НА 1-ГО КОНКУРСАНТА | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **№ п/п** | **Наименование** | **Фото оборудования или инструмента, или мебели** | **Технические характеристики оборудования, инструментов и ссылка на сайт производителя, поставщика** | **Ед. измерения** | **Необходимое кол-во** |
| 1. | Компьютер или ноутбук с мышью и клавиатурой (не менее Intel Core i3- 8100/4GB/USB KB&Mouse). Монитор не менее 19', лучше 22'. |  | Процессор: Celeron Core i5-3330<br>Частота процессора: 3 ГГц<br>Объем оперативной памяти: 4 ГБ<br>Объем жесткого диска: 500 ГБ<br>Диагональ экрана: 15.6 "<br>Видеокарта: Intel HD Graphics 5500<br>Вес: 2.1 кг<br>Оптический привод:DVD-RW<br>4G LTE: нет<br>Bluetooth: нет<br>Wi-Fi: да<br>Проводной доступ к Ethernet: есть<br>ОС MS-Windows Windows 7 64 bits<br>ПО Microsoft OFFICE 2010 Adobe READER.<br>Архиватор 7-zip | Шт. | 1 |
| 2. | Сетевой фильтр | | не менее 4 розеток | Шт. | 1 |
| 3. | USB-флеш накопитель | | Kingston DataTraveler SE9 16ГБ, USB2.0 | Шт. | 1 |
| 4. | Офисный стол |  | шириной не менее 80 см, глубиной не менее 80 см и высотой 75 см | Шт. | 1 |