

бюджетное профессиональное образовательное учреждение Вологодской области  
«Череповецкий лесомеханический техникум им. В.П. Чкалова»

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ДВИЖЕНИЯ «АБИЛИМПИКС»

**VII Региональный конкурс  
по профессиональному мастерству среди инвалидов  
и лиц с ограниченными возможностями здоровья «Абилимпикс»  
в Вологодской области в 2022 году**



УТВЕРЖДАЮ  
Директор БПОУ ВО «ЧЛМТ»  
Е.Д. Ревина  
Приказ № 107 от 30.03 2022 г.

## КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

по компетенции

**«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

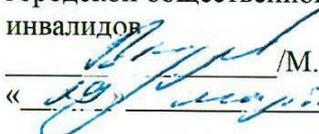
категория участников

**«СТУДЕНТЫ», «СПЕЦИАЛИСТЫ»**



СОГЛАСОВАНО

Председатель правления Вологодской  
городской общественной организации  
инвалидов

  
/М.А. Выдров/  
« 29 » марта 2022 г.

РАЗРАБОТАЛ

Главный региональный эксперт по  
компетенции «Предпринимательство»,  
преподаватель БПОУ ВО «Череповецкий  
строительный колледж имени А.А. Лепехина»

  
/А.В. Соломатина/  
« 23 » марта 2022 г.

2022 год

## 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

Студенты (образовательные стандарты)	Специалисты (профессиональные стандарты)
38.02.01 Экономика и бухгалтер	08.035 Маркетолог
38.02.04 Коммерция	08.037 Бизнес-аналитик
38.03.01 Экономика (бакалавриат)	
38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)	
38.04.01 Экономика (магистратура)	
38.04.02 Менеджмент (магистратура)	

### 1.4. Требования к квалификации

Студенты	Специалисты
<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- калькуляция себестоимости продукции (38.02.01);</li><li>- система налогов Российской Федерации (38.02.01);</li><li>основы финансового менеджмента, методические документы по финансовому анализу, методические документы по бюджетированию и управлению денежными потоками (38.02.01);</li><li>- механизмы ценообразования, формы оплаты труда (38.02.04);</li></ul> <p><b>Умения (навыки, способности):</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять объем работ по финансовому анализу, потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах (38.02.01);</li><li>- формировать аналитические отчеты и представлять их заинтересованным пользователям (38.02.01);</li><li>- применять результаты финансового анализа</li></ul>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства;</li><li>- методы и стратегии ценообразования;</li><li>- методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, сбора и обработки маркетинговой информации;</li><li>- методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий;</li><li>- организация рекламного дела;</li><li>- особенности конъюнктуры рынков товаров и услуг;</li><li>- предметная область и специфика деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;</li><li>- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</li></ul>

<p>экономического субъекта для целей бюджетирования и управления денежными потоками (38.02.01);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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);</li> <li>- выработать 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);</li> <li>- определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации (38.02.04);</li> <li>- рассчитывать по принятой методологии основные экономические показатели деятельности организации, цены и заработную плату (38.02.04);</li> <li>- находить и использовать необходимую экономическую информацию (38.02.04);</li> <li>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности (38.02.04);</li> <li>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций (38.02.04);</li> <li>- проводить маркетинговые исследования рынка (38.02.04);</li> <li>- разрабатывать экономические разделы планов предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств (38.03.01);</li> <li>- 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);</li> <li>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (38.03.01);</li> <li>- на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (38.03.01);</li> <li>- 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики;</li> <li>- состав процесса и принципы стратегического и оперативного планирования;</li> <li>- теория заинтересованных сторон.</li> </ul> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- анализировать, классифицировать и моделировать требования заинтересованных сторон в соответствии с выбранными подходами;</li> <li>- выявлять и классифицировать бизнес-проблемы и бизнес-возможности;</li> <li>- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> <li>- определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг;</li> <li>- оформлять результаты бизнес-анализа;</li> <li>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;</li> <li>- применять информационные технологии для целей бизнес-анализа;</li> <li>- проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов);</li> <li>- продвигать товары (услуги) организации на рынок;</li> <li>- работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;</li> <li>- разрабатывать маркетинговую стратегию организации;</li> <li>- сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);</li> <li>- управлять продажами товаров и услуг.</li> </ul>
--	--

<p>(38.03.01);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (38.03.02);</li> <li>- бизнес-планирования, создания и развития новых организаций, направлений деятельности или продуктов (38.03.02);</li> <li>- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (38.03.02);</li> <li>- моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (38.03.02);</li> <li>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);</li> <li>- 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);</li> <li>- анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов (38.04.01);</li> <li>- составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом (38.04.01);</li> <li>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (38.04.02);</li> <li>- владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (38.04.02).</li> </ul>	
---	--

## 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
Студенты	Модуль 1	2 часа	- конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию)
	Модуль 2	1 час	- конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования; - конкурсант получил обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели
<i>Общее время выполнения конкурсного задания – 3 часа.</i>			
Специалисты	Модуль 1	2 часа	- конкурсант заполнил форму (прилагается к конкурсному заданию)
	Модуль 2	1 час	- конкурсант проявил навыки анализа рынка и бизнес-планирования; - конкурсант получил обратную связь от экспертов по своей бизнес-модели
<i>Общее время выполнения конкурсного задания – 3 часа.</i>			

## 2.3. Последовательность выполнения задания

### Модуль 1.

Конкурсанты заполняют на компьютере форму «Бизнес-модель» (прилагается), которая состоит из 3 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 составляет 6 минут. В рамках каждой презентации не менее 2 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 модулей бизнес-модели

### Модуль 1: Заполнение формы «Бизнес-модель»:

#### Раздел 1. Анализ рынка.

В рамках выполнения раздела 1 необходимо:

#### I. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана:

1) описать продукт, то есть товары и (или) услуги, которые будет реализовывать предприятие;

2) определить ценовую политику предприятия: цены выше, чем у большинства конкурентов (сегмент «премиум»), цены сопоставимы со средними ценами у большинства конкурентов (сегмент «массовый») или цены ниже, чем у большинства конкурентов сегмент «эконом»);

3) определить каналы (способы) продаж, например точка розничной торговли, нестационарные объекты, интернет-магазин;

4) наметить способы увеличения прибыли в условиях конкуренции – стратегию развития бизнеса, например увеличение количества потребителей за счёт рекламы и формирования бренда, увеличение количества точек продаж, повышение качества продукта, увеличение размера среднего чека (средней суммы покупки одним потребителем) за счёт стимулирующих программ и т.п.;

#### II. Определить потребителей (целевую аудиторию):

5) определить характеристики потребителей продукта (пол, возраст, покупательская способность, родители детей, определённые профессии и другие признаки);

6) проанализировать потребности потребителей (например, снизить денежные затраты на приобретение определённых товаров, получить продукт более высокого качества, тратить меньше времени на покупки, получить гарантию качества товара и т.п.);

7) оценить спрос – примерное количество потребителей, которые могут стать клиентами предприятия, с учётом количества проживающих на определённой территории и конкурентной среды;

8) наметить способы привлечения и удержания потребителей (способы рекламы и продвижения, стимулирование продаж, ценовая политика, дополнительные услуги и т.п.);

#### III. Оценить конкуренцию на данном рынке:

9) определить и описать конкурентов, которые реализуют аналогичные товары и (или) услуги (назвать компании, являются наиболее известными в данном виде деятельности, описать общие черты и методы работы большинства компаний в данном виде деятельности, выделить прямых и непрямых конкурентов, сетевых и несетевых конкурентов);

10) выявить наиболее эффективные методы конкуренции в выбранном сегменте рынка (демпинг, подбор оптимальной локации, повышение качества продукта, выявление неудовлетворённых потребностей потребителей, выбор ассортимента, дополнительные услуги, новые каналы продаж, кооперация и проч.);

11) проанализировать тенденции развития отрасли (например, распространение крупных розничных сетей в городах, увеличение спроса на фермерские продукты, рост числа покупок в интернет-магазинах, появление спроса на парикмахерские для мужчин и т.п.);

12) выбрать и описать рыночную нишу – основные параметры, отличающие продукты предприятия и способы ведения бизнеса от большинства конкурентов;

#### IV. Провести SWOT-анализ:

13) определить сильные стороны предприятия (Strengths), например наличие опыта ведения аналогичного бизнеса у кого-либо из соучредителей, использование отработанных бизнес-процессов и франшиз, привлечение квалифицированного персонала, отсутствие необходимости иметь большие производственные помещения;

14) определить слабые стороны предприятия (Weaknesses), например отсутствие опыта ведения бизнеса и репутации, малые обороты, отсутствие

банковской истории, зависимость бизнеса от поставщиков сырья, высокая стоимость необходимого помещения);

15) выявить рыночные возможности предприятия (Opportunities) – обстоятельства внешней среды, которые можно использовать как преимущество, например низкая конкуренция в определённой рыночной нише, увеличение числа клиентов в районе жилищного строительства, наличие мер поддержки от органов государственной власти или местного самоуправления;

16) определить и проанализировать вероятные угрозы (Threats), например риск появления прямого сетевого конкурента, снижение платёжеспособности потребителей, рост стоимости сырья, риск нарушений со стороны поставщиков, ужесточение государственного регулирования).

## **Раздел 2. Открытие.**

В рамках выполнения раздела 2 необходимо:

### **I. Спланировать учреждение и открытие предприятия:**

17) выбрать оптимальную организационно-правовую форму (индивидуальный предприниматель, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, самозанятый и т.п.);

18) выбрать оптимальную систему налогообложения (общая система налогообложения, упрощённая система налогообложения 6 % или 15 %, патент, единый налог на вменённый доход или налог на профессиональный доход);

19) выбрать оптимальную локацию (место размещения точки / точек продаж или оказания услуг) либо описать принципы поиска оптимальной локации;

20) составить план-график мероприятий по открытию;

### **II. Определить структуру и объём инвестиций:**

21) определить необходимость в производственных помещениях и требования к ним (площадь, расположение, наличие подключений к тем или иным коммуникациям, необходимость обустройства и ремонта, оборудования вентиляцией и т.п.), а также способ приобретения помещения (приобретение в собственность, аренда, строительство);

22) определить виды и количество необходимого оборудования и инвентаря (станки, торговое оборудование, контрольно-кассовая техника, инструменты, холодильники и т.п.);

23) рассчитать объём необходимых инвестиций – примерную сумму разовых затрат при открытии;

24) спланировать источники финансирования (собственные средства учредителей, заёмные средства, банковский кредит, коллективное финансирование и другие);

### **III. Определить основные параметры производства:**

25) определить, какие технологии будут использоваться для производства товаров / оказания услуг;

26) сделать прогноз объёма производства (количество производимой продукции или оказанных услуг в день / в месяц);

27) определить длительность производственного цикла (сколько времени требуется от приобретения сырья до продажи готовой продукции, время на оказание услуг);

28) определить перечень и количество товарно-материальных запасов (сырья, товаров, расходных материалов и т.п.);

29) обозначить виды ключевых партнёров предприятия, например: поставщики сырья, комплектующих деталей и т.п., розничные магазины или агенты, реализующие продукцию предприятия;

### **IV. Определить перечень необходимых документов:**

30) определить необходимость оформления разрешительных документов (например, лицензия, санитарно-эпидемиологическое заключение, сертификат соответствия на продукцию, уведомление о начале предпринимательской деятельности, заявление о регистрации и техпаспорт контрольно-кассового аппарата, договор на техническое обслуживание и ремонт контрольно-кассового аппарата, договор на обработку фискальных данных, экспертиза проекта);

31) определить виды договоров, которые будут использоваться (например, договор поставки сырья или товаров, договор аренды помещения, договор на вывоз твёрдых бытовых отходов, договоры на дератизацию, дезинфекцию и дезинсекцию помещений);

32) локальные правовые акты (внутренний трудовой распорядок, приказ об установлении противопожарного режима, инструкция о мерах пожарной безопасности);

### **Раздел 3. Управление.**

В рамках выполнения раздела 3 необходимо:

#### **I. Спланировать управление персоналом:**

33) составить перечень работников, определив необходимое количество работников каждой профессии;

34) выбрать оптимальную систему оплаты труда каждой категории работников (повременная, сдельная, бестарифная, премирование по итогам работы, доля в прибыли предприятия, смешанные формы), по возможности – рассчитать примерный размер фонда оплаты труда в месяц;

35) определить методы повышения производительности труда (повышение квалификации, использование новых технологий);

36) предусмотреть меры по развитию корпоративной культуры (совместные мероприятия, конкурсы и т.п.);

#### **II. Составить финансовый план:**

37) определить состав операционных расходов (например, расходы на сырьё и материалы, аренду помещения, заработную плату, рекламу и другие постоянные расходы);

38) определить примерный объём операционных расходов (сумма операционных расходов после выхода на полную мощность в месяц или за иной период);

39) сделать прогноз доходов – примерный план продаж в течение первого года после открытия;

40) сделать прогноз доходов на последующие годы (например, доходы будут расти по мере распространения информации о предприятии среди потребителей, в связи с расширением ассортимента, открытием филиалов, оценить масштабы роста доходов);

41) рассчитать срок окупаемости – определить месяц, в котором сумма доходов превысит сумму произведённых расходов;

42) обозначить способы ведения финансового учёта, например бухгалтерский учёт (бухгалтер в штате или по договору);

#### **III. Запланировать мероприятия по продвижению:**

43) определить наиболее подходящие виды рекламы (распространение листовок на улице или по почтовым ящикам, реклама в социальных сетях, наружная реклама, реклама на радио и т.д.) и стимулирование продаж (например, скидки на комплекты товаров, предложение дополнительных услуг и т.п.);

44) предусмотреть мероприятия по формированию бренда (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение);

#### **IV. Оценить возможные риски:**

45) оценить вероятность возникновения рисков (например, риск появления прямого сетевого конкурента, снижение платёжеспособности потребителей, рост стоимости сырья, риск нарушений со стороны поставщиков, ужесточение государственного регулирования) и оценить возможные последствия наступления тех или иных рисков (например, уменьшение объёмов доходов, увеличение капитальных затрат или операционных расходов).

### **Модуль 2: Презентация бизнес-проекта:**

Представить экспертам презентацию проекта, включающую концепцию проекта. Само представление должно занимать не более 6 минут. Презентация, в дополнение к презентации PowerPoint, может также включать в себя любые другие подходящие элементы.

Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участник выйдет за предложенные временные рамки. Эксперты могут задавать вопросы. Зрители (посетители) чемпионата могут наблюдать за происходящим на соревновательной площадке. Оценка презентации строится на основе учета критерия креативности (творчества), способности участника приводить доводы и обоснованные аргументы.

#### **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 конкурsanтами 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**

Таблица 1 – Максимальные баллы

Для всех категорий участников Наименование модуля	Задание	Максимальный балл
Модуль 1	Заполнение формы «Бизнес-модель»	60
Модуль 2	Презентация бизнес-проекта	40
<b>ИТОГО</b>		<b>100</b>

Таблица 2 – Максимальные баллы по каждому модулю

Задание	№	Наименование разделов	Максимальные баллы
Заполнение формы «Бизнес-модель»	1.	Раздел 1. Анализ рынка	20
	2.	Раздел 2. Открытие	20
	3.	Раздел 3. Управление	20
Презентация бизнес-проекта	1.	Презентация бизнес-идеи	40
<b>Итого:</b>			<b>100</b>

Таблица 3 – Раздел 1. Анализ рынка

Задание	№	Критерий	Максимальные баллы
Провести анализ рынка	I	Сформирован маркетинговый раздел бизнес-плана	5
	II	Определены потребители (целевая аудитория)	5
	III	Проведен анализ конкуренции на данном рынке	5
	IV	Проведен SWOT-анализ	5
<b>Итого:</b>			<b>20</b>

Таблица 4 – Раздел 2. Открытие

Задание	№	Критерий	Максимальные баллы
Проанализировать условия открытия предприятия	I	Спланировано учреждение и открытие предприятия	5
	II	Определена структура и объём инвестиций	5
	III	Определены основные параметры производства	5
	IV	Определен перечень необходимых документов	5
<b>Итого:</b>			<b>20</b>

Таблица 5 – Раздел 3. Управление

Задание	№	Критерий	Максимальные баллы
Провести анализ мероприятий по управлению предприятием	I	Спланировано управление персоналом	5
	II	Составлен финансовый план	5
	III	Запланированы мероприятия по продвижению	5
	IV	Оценены возможные риски	5
<b>Итого:</b>			<b>20</b>

Таблица 6 – Модуль 2. Презентация бизнес-проекта

Задание	№	Критерий	Максимальные баллы
Выполнить презентацию бизнес-проекта	I	Визуализация. Техническое качество презентации в PowerPoint	10
	II	Достоверность и убедительность презентации. Способность участника приводить доводы и обоснованные аргументы, и устная речь	10
	III	Демонстрация уровня владения материалом	10
	IV	Тайм-менеджмент	2
	V	Креативность (творчество)	3
	VI	Качество публичного представления результатов выполнения задания	5
<b>Итого:</b>			<b>40</b>

Форма: Бизнес-модель

Фамилия и инициалы конкурсанта \_\_\_\_\_ Название проекта (фирменное наименование, бренд и т.п.) \_\_\_\_\_

<b>Раздел 1. Анализ рынка</b>	<b>Раздел 2. Открытие</b>	<b>Раздел 3. Управление</b>
<u>Маркетинговый раздел бизнес-плана</u>	<u>Учреждение и открытие предприятия</u>	<u>Управление персоналом</u>
<u>Определение потребителей (целевая аудитория)</u>	<u>Структура и объём инвестиций</u>	<u>Финансовый план</u>
<u>Анализ конкуренции на данном рынке</u>	<u>Основные параметры производства</u>	<u>Мероприятия по продвижению</u>
<u>SWOT-анализ</u>	<u>Перечень необходимых документов</u>	<u>Возможные риски</u>

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

ОБОРУДОВАНИЕ НА 1-ГО КОНКУРСАНТА					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	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'.		Моноблок ACER Aspire C22-865, 21.5", Intel Core i3 8130U, 4Гб, 1000Гб, Intel UHD Graphics 620. Наличие программного обеспечения: ОС MS-Windows 7 или более новая; браузер (Яндекс. Браузер, Google Chrome / др.); Microsoft Office 2016 и более новая версия. (Microsoft Word и Microsoft Excel); Adobe Acrobat; PowerPoint.	Шт.	1
2.	Сетевой фильтр		не менее 4 розеток	Шт.	1
3.	USB-флеш накопитель		не менее 1 Gb	Шт.	1
4.	Офисный стол		шириной не менее 80 см, глубиной не менее 80 см и высотой 75 см	Шт.	1
5.	Компьютерное кресло		без механизма качания	Шт.	1
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА 1 КОНКУРСАНТА					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во
1.	Бумага		На усмотрение организаторов	Уп.	1/10
2.	Авторучка		На усмотрение организаторов	Шт.	1
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ КОНКУРСАНТИ ДОЛЖНЫ ИМЕТЬ ПРИ СЕБЕ (при необходимости)					
1.	Не требуется		По согласованию с главным экспертом (например)		
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ					
1.	Флэш накопители, телефоны		По согласованию с главным экспертом		
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ КОТОРОЕ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ С СОБОЙ КОНКУРСАНТ (при необходимости)					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во

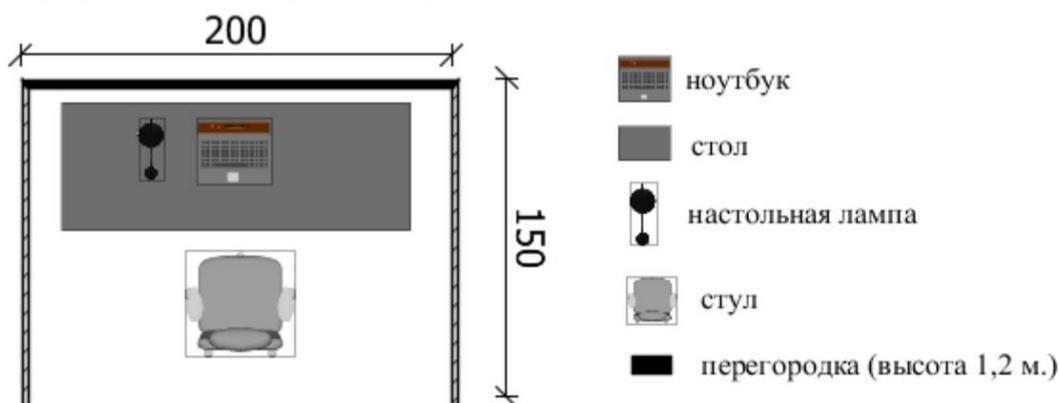
1.	Специальное кресло - коляска (для конкурсантов с проблемами ОДА), программу NVDA, клавиатура с кодом Брайля для незрячих, слуховой аппарат для конкурсантов с проблемами слуха				
<b>ОБОРУДОВАНИЕ НА 1-ГО ЭКСПЕРТА (при необходимости)</b>					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во
1.	Стол офисный		1400x600x750	Шт.	3
2.	Стул посетителя офисный		Размеры: 55x80	Шт.	3
3.	Широкоформатный монитор либо проектор и экран		подключённый к компьютеру, для проведения презентаций (размер экрана должен позволять читать 12 шрифт с мест экспертов, рекомендуемая диагональ экрана от 100 см)	Шт.	1/всех
4.	Компьютер / ноутбук		Наличие программного обеспечения: ОС MS-Windows 7 или более новая; браузер (Яндекс. Браузер, Google Chrome / др.); Microsoft Word и Microsoft Excel; Adobe Acrobat; PowerPoint.	Шт.	1/всех
<b>РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА 1 Эксперта (при необходимости)</b>					
№ п/п	Наименование	Фото расходных материалов	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во
1.	Бумага для печати			Пачка	2
2.	Шариковые ручки			Шт.	10
<b>ОБЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ (при необходимости)</b>					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во
1.	Порошковый огнетушитель ОП- 4		Класс В - 55 В Класс А - 2 А	Шт.	3
2.	Вешалка для одежды		Стандартный	Шт.	2
3.	Аптечка первой помощи		Стандартная	Шт.	1
<b>КОМНАТА КОНКУРСАНТОВ (при необходимости)</b>					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во

1.	Стол офисный		1400x600x750	Шт.	4
2.	Стул посетителя офисный		Размеры: 55x80	Шт.	10
<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПЛОЩАДКЕ/КОММЕНТАРИИ</b>					
№ п/п	Наименование	Фото оборудования или инструмента, или мебели	Технические характеристики оборудования, инструментов	Ед. измер.	Необходимое кол-во
1.	Кулер для воды		Настольный без охлаждения	Шт.	1
2.	Стаканчики для воды		100шт	Уп.	3
3.	Вода для кулера			Шт.	2
4.	Точки электропитания		Точка электропитания 220V	Шт.	15
5.	Точки интернета		Подключение к сети интернет: проводное со скоростью не менее 30 мбит/сек либо wifi без сторонних подключений не менее 50 мбит/сек.	Шт.	15

#### 4. Минимальные требования к оснащению рабочих мест с учетом основных нозологий

Наименование нозологии	Площадь, м.кв.	Ширина прохода между рабочими местами, м.	Специализированное оборудование
Нарушение слуха	1	1	Индукционная система, например «ип2/к», звукоусиливающая аппаратура.
Нарушение зрения	1	1	Программное обеспечение экранный увеличитель, например «zoomtext Magnifier 11.0», дополнительное освещение. Задание может быть оформлено рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным. Программным обеспечением, тифло- приборы, а также индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс
Нарушение опорно-Двигательного аппарата	2	1,5	Возможность трансформации рабочего места - «разумное приспособление» либо оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании, либо возможность замены стула на собственную инвалидную коляску
Соматические заболевания	1	1	Не требуется
Ментальные нарушения	1	1	Не требуется

Графическое изображение рабочего места.



Для организации рабочих мест конкурсантов различных нозологических групп необходимо соблюдать общие требования, предусмотренные СанПиН 2.2.2/2.4.1340, в частности в разд. 6, 9 и 10.

Для организации рабочего места конкурсанта с нарушением опорно-двигательного аппарата необходимо учитывать ГОСТ Р 57959-2017 Реабилитация инвалидов. Рабочее место для инвалида с поражением опорно-двигательного аппарата.

#### **6. Требования охраны труда и техники безопасности**

1. При ухудшении санитарно-эпидемиологической обстановки соблюдать установленные требования (использовать защитную маску, антисептические средства, персональные авторучки и другие).

2. Не работать на компьютере мокрыми руками или в сырой одежде, не трогать мокрыми руками электрические вилки, розетки и провода.

3. Не размещать питьевую воду или иные предметы на компьютере и других устройствах, подключённых к электрической сети.

4. При появлении возгорания или запаха гари немедленно обратиться к любому из экспертов, не принимая самостоятельных мер тушения.

5. Продолжительность непрерывной работы перед экраном компьютера не должна превышать 1 часа.

6. Следует соблюдать расстояние до экрана в пределах 70-80 см при отсутствии ограничений по зрению.

7. В случае появления рези в глазах, ухудшении видимости или иного недомогания следует немедленно сообщить об этом любому эксперту.