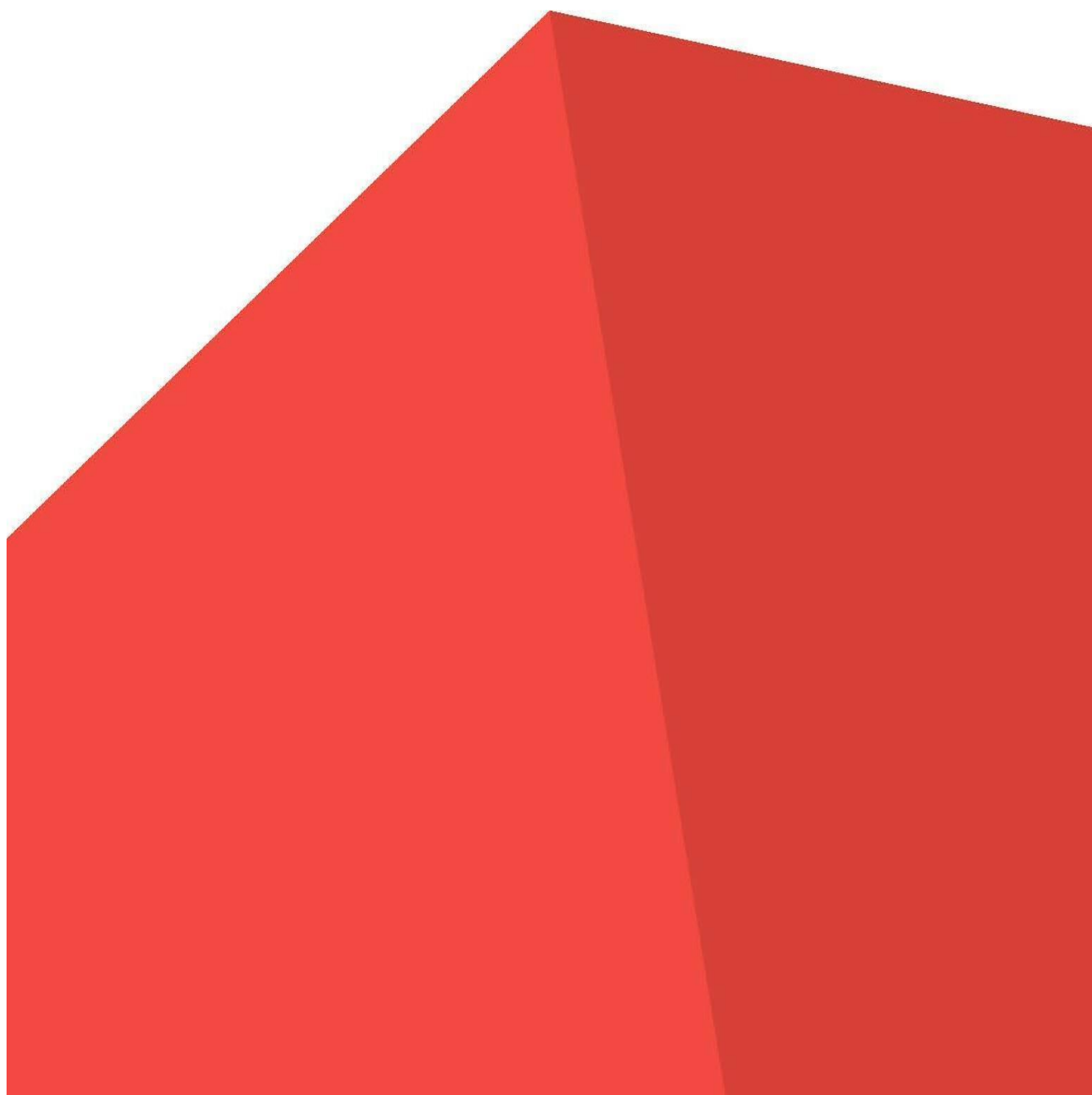


ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

КОМПЕТЕНЦИИ

Предпринимательство



Техническое описание включает в себя следующие разделы:

1. ВВЕДЕНИЕ

- 1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
- 1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА
- 1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ

2. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТА WORLDSKILLS (WSSS)

- 2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)

3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ

- 3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ

- 4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ
- 4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ
- 4.3. СУБКРИТЕРИИ
- 4.4. АСПЕКТЫ
- 4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)
- 4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА
- 4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК
- 4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ
- 4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ

5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

- 5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
- 5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ
- 5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ
- 5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ
- 5.5. УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ
- 5.6. СВОЙСТВА МАТЕРИАЛА И ИНСТРУКЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ

- 6.1. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА
- 6.2. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

7. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ

- 7.1 ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЧЕМПИОНАТЕ

- 7.2 СПЕЦИФИЧНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КОМПЕТЕНЦИИ

8. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ

- 8.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ
- 8.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)
- 8.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ

1. ВВЕДЕНИЕ 1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1.1 Название профессиональной компетенции: Предпринимательство

1.1.2 Вид соревнований: Командные соревнования, в каждой команде два человека

1.1.3 Описание профессиональной компетенции.

Это командные соревнования (в каждой команде два участника) в области предпринимательства и развития бизнеса, двух-трехдневный конкурс, ориентированный на реальные жизненные условия и среду. В группах по два человека участники развивают компании (проекты) на основе ранее разработанного бизнес-плана и представляют свои наработки для экспертной оценки жюри конкурса. На протяжении конкурса, решая каждый день различные задачи, участники управляют развитием компаний (проектов). На практике это означает, что соревнующиеся команды работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе, выполняя задачи, указанные в проекте.

1.1.4 Описание соответствующих рабочих ролей и занятий

Предприниматель - это тот, кто проявляет инициативу, организуя предприятие, чтобы воспользоваться возможностью, и, как лицо, принимающее решение, решает, что, как и сколько товара или услуг будут произведены. Предприниматели, как правило, самозанятые, хотя также могут быть предприниматели в фирме, которые используют предпринимательские навыки, не подвергаясь рискам, связанным с этой деятельностью. Это, как правило, сотрудников компании, которым предложена специальная идея или проект и поручено разработать проект как предпринимателю. Основная их работа - превратить эту специальную идею или проект в выгодное предприятие для компании.

Разработчик бизнеса занимается аналитической подготовкой потенциальных возможностей роста компании, а также последующей поддержкой и мониторингом ее реализации. Технические навыки, задействованные для всех упомянутых выше областей, - это разработка и оценка бизнес-плана, включая такие аспекты, как финансовые документы, структура компании, целевая группа и т. д. а также реальный старт-ап и дальнейшее развитие компании.

Предприниматель /Разработчик бизнеса/ может работать в нескольких секторах в зависимости от бизнес-идеи и области, в которой была основана компания. Время предпринимателя распределяется между его / ее офисом, производственными объектами в случае, если бизнес - идея предполагает строительство прототипа или разработку продуктов, офисами внешних партнеров (например, бухгалтеров, техников) и встречами с другими учреждениями (например, банками, бизнес-инкубаторами). Разработчик бизнеса в основном работает в помещениях компании, которую он/она занимается в данный момент, а также проводит встречи с руководителями банка, бухгалтерами, налоговыми органами и т. д.

Предприниматель обычно работает над проектом с самого начала основания компании. Бизнес-девелопер отвечает за определенные задачи внутри компании. Бизнес-девелопер вовлекается, когда компания уже создана и помогает развивать ее дальше. Предприниматель / Бизнес-девелопер действует по личной инициативе. Идея для создания компании может быть внутренней - это означает, что бизнес-идея основана на желании улучшить или изменить ситуацию или внешнюю - это означает, на основе внешних влияний. Бизнес-разработчик проверяет текущую ситуацию в бизнесе и делает предложения по будущим разработкам.

Предприниматель должен разработать бизнес-план. Это включает в себя описание бизнес-идеи, структуру компании, планируемой для запуска, четкое определение целевого рынка, финансовый план, включающий в себя расчет стартовых затрат, постоянных и переменных затрат на ведение бизнеса, а также подробный график. Все эти шаги должны быть сосредоточены на этических соображениях и учитывать экологическую, социальную и коммерческую устойчивость. В процессе запуска предприниматель тесно сотрудничает с менеджерами банков, бизнес-инкубаторами и стартап-центрами, юристами и государственными организациями, НПП РК палатой предпринимателей Атамекен.

Таким образом, предприниматель может создать бизнес-план для бизнес-модели и контролировать риски при реализации бизнес-модели. Разработчик бизнеса может проанализировать концепцию организации или бизнеса и внести предложения по дальнейшему развитию. Предприниматель может самостоятельно спланировать поэтапный подход к управлению проектом и оценить его после успешного завершения. Он может организовать бизнес-стартап и оценить правильность финансирования. Он может интегрировать экономические, экологические и социальные критерии в среднесрочные и долгосрочные бизнес-планы и таким образом достичь конкурентных преимуществ.

Предприниматель / Бизнес-разработчик может работать с другими и согласовывать решения, а также оценивать влияние своих собственных навыков ведения переговоров и убеждения. Бизнес-разработчик также называется Business development manager. Он может взять на себя несколько разных ролей в одном проекте, которые влияют на долгосрочное будущее компании. В целом, Бизнес-разработчик ищет новые способы для компании, чтобы заработать деньги

Другой возможностью для успешных предпринимателей может быть работа в качестве бизнес-ангелов, которые предоставляют стартовый или растущий капитал в перспективных предприятиях, а также помогают советами и контактами. Такие инвесторы, как правило, работают в одиночку (или в очень небольших группах) и играют лишь косвенную роль в качестве консультантов в деятельности фирмы-объекта инвестиций.

Все сказанное о предпринимателях также относится к Бизнес-девелоперам, которые нуждаются в той же квалификации, навыках и способностях, что и предприниматели, с той лишь разницей, что они заняты в компании, они не являются самозанятыми.

В рамках движения WSK участники проходят, как правило, несколько фаз своего развития и становления в качестве предпринимателей: от Бизнес-разработчика (Бизнес-девелопера) в «чужом» проекте, до развития собственного бизнеса, предпринимательской фирмы.

1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА

Документ содержит информацию о стандартах, которые предъявляются участникам для возможности участия в соревнованиях, а также принципы, методы и процедуры, которые регулируют соревнования. WSK признаёт права интеллектуальной собственности WSK в отношении принципов, методов и процедур оценки.

Каждый эксперт и участник должен знать и понимать данное Техническое описание.

1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Поскольку данное Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей профессиональной компетенции, его необходимо использовать совместно со следующими документами:

- WSK, Регламент проведения чемпионата;

- WSK, онлайн-ресурсы, указанные в данном документе.
- WSK, политика и нормативные положения
- Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции

2. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТА WORLDSKILLS (WSSS)

2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)

WSSS определяет знание, понимание и конкретные компетенции, которые лежат в основе лучших международных практик технического и профессионального уровня выполнения работы. Она должна отражать коллективное общее понимание того, что соответствующая рабочая специальность или профессия представляет для промышленности и бизнеса.

Целью соревнования по компетенции является демонстрация лучших международных практик, как описано в WSSS и в той степени, в которой они могут быть реализованы. Таким образом, WSSS является руководством по необходимому обучению и подготовке для соревнований по компетенции.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний и понимания осуществляется посредством оценки выполнения практической работы. Отдельных теоретических тестов на знание и понимание не предусмотрено.

WSSS разделена на четкие разделы с номерами и заголовками.

Каждому разделу назначен процент относительной важности в рамках WSSS. Сумма всех процентов относительной важности составляет 100.

В схеме выставления оценок и конкурсном задании оцениваются только те компетенции, которые изложены в WSSS. Они должны отражать WSSS настолько всесторонне, насколько допускают ограничения соревнования по компетенции.

Схема выставления оценок и конкурсное задание будут отражать распределение оценок в рамках WSSS в максимально возможной степени. Допускаются колебания в пределах 5% при условии, что они не исказят весовые коэффициенты, заданные условиями WSSS.

Раздел 1		Важность (%)
1	Бизнес-план	8
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • роль и значение бизнес-плана; • сущностные различия типов бизнес-планов (Коммерческо-производственный; инвестиционный; антикризисный; диверсификационный; «учебный»); • применение способов «генерации» и выбора бизнес-идеи; • методы оценки реализуемости бизнес-идеи (включая затраты, риски и гарантии); • коммуникационные приемы для представления бизнес-идеи людям, незнакомым с ней; • важность выбора подходящего названия компании; • как оценивать конкурентоспособность бизнес-идеи. • важность соблюдения авторских прав 	

	<p>относительно используемых аудио, видео, графических и прочих материалов;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план) ● способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● различать типы бизнес-планов (Коммерческопроизводственный; инвестиционный; антикризисный; диверсификационный; «учебный»), ● делать обоснованный выбор подходящего типа бизнес-плана; ● разрабатывать и грамотно оформлять бизнес-план предпринимательского проекта; ● развивать идеи до коммерческих-предложений; ● оценивать риски, связанные с бизнесом; ● создавать, анализировать бизнес-концепцию и обоснованно выбирать бизнес-модель собственного бизнеса; ● предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации); ● применять методы принятия оптимальных решений; ● принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; ● Проводить анализ ближнего внешнего окружения ● обосновывать ценности и оценивать миссию проекта/бизнеса и цели; ● с разными целями эффективно общаться с различными аудиториями; ● представлять (презентовать) идеи, дизайн, видения и решения разными способами (видео, плакаты и пр.). ● получить независимую оценку/рецензию независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план) ● продемонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности. 	
2	Организация работы	5
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● значение эффективного планирования и организации труда; ● значение организации эффективной деловой 	

	<p>переписки и пересылки документов</p> <ul style="list-style-type: none"> • положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; • важность поддержания рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества. • актуальность и востребованность на рынке труда формируемых бизнесом/бизнес-идеями. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять проактивный подход/позицию к приобретению знаний и развитию навыков; • использовать современные технологии; • поддерживать безопасную и здоровую рабочую обстановку, в соответствии с техникой безопасности и нормами охраны труда, и способствовать выполнению этих норм; • пользоваться всем оборудованием в соответствии с техникой безопасности и инструкциями производителей; • выбирать подходящие методы для каждого задания; • планировать работу и расставлять приоритеты для повышения эффективности на рабочем месте и для выполнения заданий в срок. 	
3	Формирование навыков коллективной работы и управление	5
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • важность постоянного профессионального роста; • важность слаженной командной работы; • сильные и слабые стороны каждого члена команды; • перспективы для достижения успеха команды; • важность формирования мотивации к труду (потребности к приобретению профессии). 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инициировать и развивать сотрудничество на основе проектов; • оценивать свои навыки проведения переговоров и убеждения; • оценивать роль каждого участника команды/проекта; • разрабатывать подходящие стратегии для разрешения сложных ситуаций во время совместной работы; 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● справляться со стрессовыми ситуациями; ● использовать методы принятия решений, опираясь на мнение команды; уважать мнение других участников команды; ● применять способы и приемы поиска информации, связанной с профессиональной деятельностью и предметностью проекта. 	
4	Целевая аудитория	16
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● важность определения целевой аудитории бизнеса; ● определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама; ● способы определения целевой аудитории; ● методы анализа целевых аудиторий; ● характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь; ● методы определения размера целевой аудитории; ● модели принятия решений в B2B продажах; особенности B2C продаж; суть B2G бизнеса; ● коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● оценить значение целевых аудиторий; ● распознавать различные целевые аудитории; ● анализировать целевые аудитории; ● определять целевые аудитории; ● применять методы принятия оптимальных решений, касающихся целевых аудиторий; ● описывать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг; ● принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям; ● оценивать размер целевой аудитории; ● анализировать точность описания целевых аудитория для различных товаров/услуг; ● эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью; ● обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий. 	
5	Бизнес-процесс	16
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> ● Суть бизнес-процессов, которые управляют функционированием системы(управляющие: Корпоративное управление, Стратегический менеджмент); Суть бизнес-процессов, которые составляют основной бизнес компании и создают основной поток доходов(операционные: Снабжение, Производство, Маркетинг, Продажи и взыскание долгов.); ● Суть бизнес-процессов, которые обслуживают основной бизнес (поддерживающие: Бухгалтерский учет, Подбор персонала, Техническая поддержка и др.); ● Аннотации, применяемые для моделирования бизнес процессов (BPMN — функциональная последовательность работ; EPC — событийная последовательность работ; IDEF0 — логическая последовательность работ); ● Описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров/услуг; ● Описание полного жизненного цикла бизнес-процесса; ● Пошаговое развития бизнес-процессов, от идеи до получения результата; ● Суть и способы планирования работ (в т.ч. диаграмму Гантта); ● Коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы; ● обеспечивать проработку бизнес-процессов в полноте и логичности; ● делать обоснованный выбор нотации, применяемой для моделирования бизнес-процессов в собственном проекте (BPMN; EPC; IDEF0); ● описывать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы в рамках собственного бизнеса/проекта; ● строить диаграмму Гантта (как минимум, на период от 1 месяца до и от 2 месяцев после чемпионата); ● эффективно объяснять бизнес-процессы разным аудиториям и с разной целью (в том числе – воспроизводить бизнес-процессы схематично в соответствие с выбранной нотацией (BPMN; EPC; IDEF0). 	
6	Маркетинговое планирование/Формула маркетинга	15

	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● различные маркетинговые стратегии; ● конкретные цели маркетинга; ● цели маркетингового планирования; ● тактики продвижения товаров/услуг на рынке; ● методы определения круга потенциальных покупателей; ● методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах; ● выбор времени для маркетинговых мероприятий; ● стоимость целенаправленных маркетинговых мер; ● 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion); ● взаимовлияние элементов 4 «Р»; ● потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса; ● влияние маркетинговых мероприятий на успех компании; ● важную роль рекламы; ● разнообразие рекламных стратегий; ● разнообразие рекламных средств: в частности социальных сетей VK, FB и других ● преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг; ● стоимость отдельных рекламных мероприятий; ● стоимость привлечения новых и удержания постоянных клиентов. ● эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний; ● эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия; ● возможность аутсорсинга. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● проводить исследования рынка. Понимание различных рынков в географическом регионе, в сети Интернет. ● планировать и определять каналы и связи сбыта. Стратегическое видение на высоком уровне и тактика для передачи сообщения целевой аудитории. Это включает в себя медиа-каналы, стратегию контента и время. ● разрабатывать и планирование маркетинговых программ. Прочный маркетинговый план и контент-календарь является основным 	

	<p>продуктом для любого организованного отдела маркетинга.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● создавать маркетинг вирусного контента. ● маркетинг по влиянию. Платить людям, знаменитостям и нишам влиять на продвижение вашего бренда. Знание того, как координировать маркетинговую программу влияния <ul style="list-style-type: none"> ● управлять проектами. Эффективность продаж (затраты на привлечение и удержание клиента). ● управлять бюджетом и финансовыми потоками. ● проводить холодные звонки. ● SMO, email-рассылки и сбор базы подписчиков. ● принципы создание контента (Копирайтинг). Создавать все виды контента — сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографика, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы. ● медийная сеть (блогеры, влиятельные лица, редакторы). Наличие существующей сети блоггеров, влиятельных лиц или редакторов. Особенно в нишевом пространстве. Это может быть чрезвычайно ценным и может использоваться в качестве инструмента для ведения переговоров с точки зрения найма на работу, заключения контрактов или получения более высоких зарплат. ● разрабатывать технические задания для подрядчиков (дизайнеров/копирайтеров/программистов и т.п.) ● создавать обратную связь с потребителями. <p>Предоставление и получение отзывов.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● формировать отчетность по маркетинговым программам. Анализ KPI маркетинга по основным показателям. ● разрабатывать промо-акции. ● пояснять значение маркетинга для бизнеса; ● принимать в расчет взаимовлияние элементов формулы 4 «P»; ● оценивать разные средства рекламы; ● оценивать разные рекламные стратегии; ● рассчитывать стоимость рекламных мероприятий; ● оценивать эффективность рекламных мероприятий; ● рассчитать стоимость привлечения одного клиента; ● обосновывать и оценивать выбор маркетинговых мероприятий 	
7	Устойчивое развитие	5

	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● преимущества устойчивого развития; ● необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса; ● реализация стратегий развития бизнеса с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам; ● условия появления этических проблем; ● осуществимость планов по устойчивому развитию бизнеса; ● актуальность планов по устойчивому развитию бизнеса; ● важность всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; ● необходимость специально разработанных планов по устойчивому развитию для отдельных направлений бизнеса; ● знать содержание основных целей устойчивого развития; ● практическую сторону устойчивого развития бизнеса; ● важность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; ● актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; ● значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● отдавать приоритет устойчивому развитию бизнеса; ● анализировать различные области устойчивого развития; ● оценивать важность экологической, социальной и экономической устойчивости; ● пояснять необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса; ● оценивать важность и значение устойчивого развития бизнеса для будущих поколений; ● указывать на актуальность устойчивого развития для всей компании и всех сотрудников; ● обосновывать значение всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса; ● реализовывать специально разработанные планы по устойчивому развитию в конкретных компаниях; ● оценивать практическую сторону устойчивого развития бизнеса; 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● разрабатывать практические примеры для конкретных направлений бизнеса; ● оценивать эффективность устойчивого развития; ● объяснять меры по устойчивому развитию различным аудиториям и с разной целью; ● обосновывать и оценивать конкретные меры по устойчивому развитию; ● определять различные области устойчивого развития; ● описывать преимущества устойчивого развития; ● проводить оценку человеческих ресурсов, привлекаемых в проект (топ-менеджмент, команда, инвесторы/спонсоры, партнеры и др.); ● предусматривать возможность дальнейшего развития/варианты выхода из проекта; ● осуществлять мотивацию персонала/участников бизнес-проекта (не только финансовую); ● предлагать реализацию стратегий с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам; ● обосновывать причины выбора конкретных организационных структур; ● использовать коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов 	
8	Финансовые инструменты	10
	<p style="text-align: center;">Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● необходимость, методы и временные рамки финансового планирования; ● соответствие жизненных циклов бизнеса и используемых финансовых инструментов для его развития; ● варианты и сопутствующие риски привлечения средств для открытия бизнеса, в том числе – краудфандинг, венчурное финансирование, микрофинансирование; ● финансовые механизмы государственной поддержки и поддержки от институтов развития; ● финансовые механизмы масштабирования бизнеса, в том числе банковский кредит, лизинг, факторинг, выпуск ценных бумаг и т.д.; ● какие требования предъявляют банки к бизнесу при принятии решении о выдаче кредита и как им соответствовать; ● почему могут заблокировать расчетный счет и что делать в такой ситуации; ● современные банковские технологии для 	

	<p>бизнеса;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● какие бизнес-риски нужно страховать; ● как защитить свой бизнес от движения валютных курсов; ● программное обеспечение для финансового планирования; ● расчет затрат, связанных с запуском стартапа; ● периоды отчетности; ● иметь представление об издержках; ● реалистичный расчет цен на товары и услуги; ● расчет прибыли и убытков; ● расчет зарплат; ● расчет постоянных и переменных издержек; ● расчет объема продаж в соответствии с целевыми рынками; ● оценка финансового плана; ● обоснование определенных финансовых планов; ● критерии, предъявляемые к бизнесу/проекту различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; ● методологию экономического анализа. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● разрабатывать финансовый план с использованием различных способов привлечения финансирования, соответствующих жизненному циклу компании; ● готовить презентации для общения с различными контрагентами: институтами поддержки, банками и другими финансовыми организациями, инвесторами; ● демонстрировать влияние финансового планирования на компанию; ● оценивать разные части финансового плана; ● применять различные методы финансового планирования; ● использовать разнообразное программное обеспечение для финансового планирования, в частности Excel; ● рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; ● определять временные рамки; ● рассчитывать в отчетных периодах; ● рассчитывать затраты, связанные с запуском стартапа; ● принимать во внимание издержки; ● реалистично рассчитывать цены на товары и услуги; 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● рассчитывать прибыль и убытки; ● вести расчеты, связанные с оплатой труда; ● рассчитывать постоянные и переменные издержки в бизнесе; ● анализировать возможные объемы продаж в соответствии с целевыми рынками; ● оценивать финансовые планы; ● обосновывать схему финансового плана; ● обосновывать выполнимость финансового плана; ● объяснять расчеты финансового плана. 	
9	Продвижение фирмы/проекта	15
	<p style="text-align: center;">Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● значимость официальной (законной) регистрации фирмы/компании; ● сущность основных организационно-правовых форм (ИП, ООО, НП, крестьянско-фермерское хозяйство) и их определяющие различия; ● важность оперативного планирования рабочего процесса; ● процедуры регистрации фирмы; ● процедуры открытия расчетного счета в банке; ● источники финансирования стартового этапа становления фирмы и последующих этапов развития бизнеса (субсидии, гранты, инвестиции, краундфандинг и пр.); ● основные правила подготовки деловых электронных презентаций (PowerPoint или более современные программы); ● варианты организации и ведения бухгалтерского учета (включая передачу данной задачи на аутсорсинг); ● знать рынки НТИ; 	
	<p style="text-align: center;">Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● адекватно оценивать финансовые и иные бизнес-риски, оперативно управлять ими; ● формулировать видение будущего масштабирования бизнеса; ● обоснованно выбирать наиболее подходящую организационно-правовую форму предпринимательской фирмы (сообразно бизнес-идее и проекту); ● применять в повседневной практике инструменты планирования и контроля рабочего процесса фирмы (диаграмма Ганта); ● подготавливать необходимый пакет 	

	<p>документов для регистрации ИП или ТОО.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● оформлять платежные документы (счет и пр.) для выполнения финансовых операций по выбранной форме предприятия; ● оформлять договора; ● оформлять заявки на гранты, получение государственной поддержки, запуск (краундфандингового проекта), получение кредита и т.д.; ● выстраивать эффективные коммуникации для получения финансирования от различных контрагентов: институтов поддержки, банков и других финансовых организаций, инвесторов; ● использовать современные финансовые продукты и услуги в ходе предпринимательской деятельности; ● готовить деловые электронные презентации (PowerPoint или более современные программы); продвигать проект в различных ситуациях (включая Чемпионаты и соревнования WorldSkills); ● организовывать рабочее место и поддерживать его в должном порядке; ● продуктивно работать в команде (распределение задач, планирование нагрузки, работа с использованием e-облака); ● вести деловые переговоры, обмениваться контактными данными; ● оформлять деловые письма; ● оформлять коммерческие предложения; ● работать с использованием e-mail; ● использовать в работе социальные сети, месенджеры (WhatsApp, Viber и др.); ● использовать в работе Skype (для бизнеса); ● вести деловые разговоры по телефону (работа с заказчиком, партнером); ● вести деловые дневники; ● применять сведения о рынках. 	
10	Презентация компании	5
	<p>Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● важность хорошей презентации для бизнеса; ● влияние презентации на аудиторию; ● методы презентации; ● использование различных средств презентации; ● лексику и терминологию презентаций; ● структуру презентации; ● использование визуальной информации в дополнение к презентации; ● важность правильного подхода к подготовке 	

	<p>презентации с тщательностью и вниманием;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● цель презентации; ● целевую аудиторию презентации; ● регламентирование презентации по времени; ● определенную информацию, выделенную в презентации; ● значение командной работы во время презентации; ● ситуативные требования при проведении презентации; ● эффективные завершения презентации; ● как эффективно общаться после презентации; ● как отвечать на вопросы после презентации. 	
	<p>Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● делать эффектные и эффективные презентации; ● демонстрировать в своей презентации современные тенденции в бизнесе; ● организовывать презентацию с учетом целевой аудитории; ● убеждать разные категории аудитории посредством презентации; ● использовать разнообразные методы презентации; ● использовать медиа средства в презентации; ● применять соответствующую лексику и терминологию; ● концентрироваться на цели презентации; ● концентрироваться на соответствующей целевой аудитории; ● понимать временные ограничения презентации; ● выделять особую информацию в презентации; ● эффективно работать совместно с коллегами; ● адаптироваться к определенным требованиям во время презентации; ● отвечать на вопросы во время и после презентации; ● эффективно завершать презентацию; ● обосновывать отдельные элементы презентации 	
	Всего	100

3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ

3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Стратегия устанавливает принципы и методы, которым должны соответствовать оценка и начисление баллов WSK.

Экспертная оценка лежит в основе соревнований WSK. По этой причине она является предметом постоянного профессионального совершенствования и тщательного исследования. Накопленный опыт в оценке будет определять будущее использование и направление развития основных инструментов оценки, применяемых на соревнованиях WSK: схема выставления оценки, конкурсное задание и информационная система чемпионата (CIS).

Оценка на соревнованиях WSK попадает в одну из двух категорий: измерение и судейское решение. Для обеих категорий оценки использование точных эталонов для сравнения, по которым оценивается каждый аспект, является существенным для гарантии качества.

Схема выставления оценки должна соответствовать процентным показателям в WSSS. Конкурсное задание является средством оценки для соревнования по компетенции, и оно также должно соответствовать WSSS. Информационная система чемпионата (CIS) обеспечивает своевременную и точную запись оценок, что способствует надлежащей организации соревнований.

Схема выставления оценки в общих чертах является определяющим фактором для процесса разработки Конкурсного задания. В процессе дальнейшей разработки Схема выставления оценки и Конкурсное задание будут разрабатываться и развиваться посредством интерактивного процесса для того, чтобы совместно оптимизировать взаимосвязи в рамках WSSS и Стратегии оценки. Они представляются на утверждение Менеджеру компетенции вместе, чтобы продемонстрировать их качество и соответствие WSSS.

4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ

4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

В данном разделе описывается роль и место Схемы выставления оценки, процесс выставления экспертом оценки конкурсанту за выполнение конкурсного задания, а также процедуры и требования к выставлению оценки.

Схема выставления оценки является основным инструментом соревнований WSK, определяя соответствие оценки Конкурсного задания и WSSS. Она предназначена для распределения баллов по каждому оцениваемому аспекту, который может относиться только к одному модулю WSSS. Отражая весовые коэффициенты, указанные в WSSS Схема выставления оценок устанавливает параметры разработки Конкурсного задания. В зависимости от природы навыка и требований к его оцениванию может быть полезно изначально разработать Схему выставления оценок более детально, чтобы она послужила руководством к разработке Конкурсного задания. В другом случае разработка Конкурсного задания должна основываться на обобщённой Схеме выставления оценки. Дальнейшая разработка Конкурсного задания сопровождается разработкой аспектов

В разделе 2.1 указан максимально допустимый процент отклонения, Схемы выставления оценки Конкурсного задания от долевых соотношений, приведенных в Спецификации стандартов.

Схема выставления оценки и Конкурсное задание могут разрабатываться одним человеком, группой экспертов или сторонним разработчиком. Подробная и окончательная Схема выставления оценки и Конкурсное задание, должны быть утверждены Менеджером компетенции.

Кроме того, всем экспертам предлагается представлять свои предложения по разработке Схем выставления оценки и Конкурсных заданий на форум экспертов для дальнейшего их рассмотрения Менеджером компетенции.

Во всех случаях полная и утвержденная Менеджером компетенции Схема выставления оценки должна быть введена в информационную систему соревнований (CIS) не менее чем за два дня до начала соревнований, с использованием стандартной электронной таблицы CIS или других согласованных способов. Главный эксперт является ответственным за данный процесс оценки.

4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Основные заголовки Схемы выставления оценки являются критериями оценки. В некоторых соревнованиях по компетенции критерии оценки могут совпадать с заголовками разделов в WSSS; в других они могут полностью отличаться. Как правило, бывает от пяти до девяти критериев оценки, при этом количество критериев оценки должно быть не менее трёх. Независимо от того, совпадают ли они с заголовками, Схема выставления оценки должна отражать долевые соотношения, указанные в WSSS.

Критерии оценки создаются лицом (группой лиц), разрабатывающим Схему выставления оценки, которое может по своему усмотрению определять критерии, которые оно сочтет наиболее подходящими для оценки выполнения Конкурсного задания.

Сводная ведомость оценок, генерируемая CIS, включает перечень критериев оценки.

Количество баллов, назначаемых по каждому критерию, рассчитывается CIS. Это будет общая сумма баллов, присужденных по каждому аспекту в рамках данного критерия оценки.

4.3. СУБКРИТЕРИИ

Каждый критерий оценки разделяется на один или более субкритериев. Каждый субкритерий становится заголовком Схемы выставления оценок. В каждой ведомости оценок (субкритериев) указан конкретный день, в который она будет заполняться. Каждая ведомость оценок (субкритериев) содержит оцениваемые аспекты, подлежащие оценке. Для каждого вида оценки имеется специальная ведомость оценок.

4.4. АСПЕКТЫ

Каждый аспект подробно описывает один из оцениваемых показателей, а также возможные оценки или инструкции по выставлению оценок. В ведомости оценок подробно перечисляется каждый аспект, по которому выставляется отметка, вместе с назначенным для его оценки количеством баллов.

- Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции в WSSS. Она будет отображаться в таблице распределения баллов CIS, в следующем формате (образец):

Разделы	Критерий									Итого баллов за раздел WSS S	БАЛЛЫ СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS НА КАЖДЫЙ РАЗДЕЛ	ВЕЛИЧИНА ОТКЛОНЕНИЯ
	A	B	C	D	E	F	G	H				

Спецификации стандарта WS (WSSS)	1	8							8	8	8	
	2		4					1	5	5	0	
	3		2		2			1	5	5	0	
	4			15		1			16	16	0	
	5				15	1			16	16	0	
	6					15			15	15	0	
	7						5		5	5	0	
	8							10	10	10	0	
	9	7							8	15	15	0
	10		2						3	5	5	0
		15	8	15	17	17	5	10	13	100	100	0

4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)

При принятии решения используется шкала 0–3. Для четкого и последовательного применения шкалы судебское решение должно приниматься с учетом:

- эталонов для сравнения (критериев) для подробного руководства по каждому аспекту
- шкалы 0–3, где:

▪0: исполнение не соответствует отраслевому стандарту;

▪1: исполнение соответствует отраслевому стандарту;

▪2: исполнение соответствует отраслевому стандарту и в некоторых отношениях превосходит его;

▪3: исполнение полностью превосходит отраслевой стандарт и оценивается как отличное

Каждый аспект оценивают три эксперта, каждый эксперт должен произвести оценку, после чего происходит сравнение выставленных оценок. В случае расхождения оценок экспертов более чем на 1 балл, экспертам необходимо вынести оценку данного аспекта на обсуждение и устранить расхождение

4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА

Оценка каждого аспекта осуществляется тремя экспертами. Если не указано иное, будет присуждена только максимальная оценка или ноль баллов. Если в рамках какого-либо аспекта возможно присуждение оценок ниже максимальной, это описывается в Схеме оценки с указанием измеримых параметров.

4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК

Окончательное понимание по измеримым и судебским оценкам будет доступно, когда утверждена Схема оценки и Конкурсное задание. Приведенная таблица содержит приблизительную информацию и служит для разработки Оценочной схемы и Конкурсного задания.

	Критерий	Баллы		
		Мнение судей	Измеримая	Всего
	Модуль			
A	Бизнес-план команды	3	12	15
B	Наша команда и бизнес-идея	2	6	8
C1	Целевая группа	5	5	10
C2	Специальное задание 1	3	2	5
D1	Планирование рабочего процесса	4	8	12
D2	Специальное задание 2	3	2	5
E1	Маркетинговое	4	8	12

	планирование			
E2	Специальное задание 3	3	2	5
F	Устойчивое развитие	2	3	5
G	Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели	2	8	10
H	Продвижение фирмы/проекта	5	8	13
Всего		36	64	100

4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях (модулях):

Критерий А1: Бизнес-план команды

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

- Наличие необходимого минимума разделов бизнес плана
- Соответствие оформления установленным требованиям
- Соответствие оформление текста бизнес плана установленным требованиям
- Наличие четко сформулированных миссии (позиции основателей и анализа взаимосвязи), цели и задач бизнеса по методике SMART (KPI)

● Коммуникационные приемы для представления идеи (опросы, сайты, соц. сети, группы)

● Оценка рисков/угроз (сформулированы риски/угрозы и приведена их оценка, определена стратегия управления рисками)

Временные рамки финансового планирования на срок не менее 2 лет

● Наличие краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного плана, целей, задач (оформлено в виде графика Гантта, дорожной карты или другим графическим способом)

● Определены источники финансирования и условия, сроки возврата заемных средств

● Указаны аналоги данного бизнес-проекта и проведен анализ конкурентной среды

(анализ отрасли)

● Наличие в бизнес плане идей для перспективного развития бизнеса

● Соответствие названия проекта выбранной бизнес-идеи

● Наличие обоснования выбранной бизнес-идеи

● Логичность и связанность различных разделов бизнес-плана

● Наличие зарегистрированного ТОО/ИП, оформленного проекта

● Наличие открытого расчетного счета ТОО/ИП

● Наличие поступлений денежных средств от клиентов на расчетный счет ТОО/ИП

Критерий В1: Наша команда

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

● Качество плаката команды

● Способ генерирования идеи

● Метод оценки реализуемости бизнес идеи

● Название команды

● Сильные стороны членов команды

- Ключевые факторы успеха команды (предпринимательская деятельность)
- Обоснованность доводов в определении ключевых факторов успеха команды
- Конкурентоспособность бизнес-идеи
- Определение ролей каждого из участников в проекте (бизнесе)
- Качество презентации
- Использование выделенного времени (тайм менеджмент)

Критерий С1: Целевая аудитория

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

- Определение целевой группы
- Точность в определении целевого рынка (географический анализ)
- Оценка размера целевого рынка
- Сегментация рынка
- Исследование и анализ целевой аудитории
- Сравнительный анализ конкурентов
- Качество презентации (способ представления, содержание, информативность).
- Определение образа клиента

Критерий С2: Специальное задание

Субкритерии оценки разрабатываются перед началом чемпионата параллельно с формулирование специального задания и доводятся до участников до начала работы над модулем

Критерий D1: Планирование рабочего процесса

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

- Полнота описания процесса производства продукта, или схемы предоставления соответствующей услуги (ключевые точки)
- Логичность бизнес-процесса - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту
 - Использование современных способов и средств планирования деятельности
 - Производственный план
 - Модель организационной структуры
 - Проработка позитивного и негативного вариантов развития бизнеса (антикризисный план)
- Реалистичность планов по отношению к доступу участников к ресурсам разного типа (финансовые, материальные, информационные и др.)

Критерий D2: Специальное задание

Субкритерии оценки разрабатываются перед началом чемпионата параллельно с формулирование специального задания и доводятся до участников до начала работы над модулем

Критерий E1: Маркетинговое планирование

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

● Реалистичность маркетинговой стратегии. Полнота и продуманность маркетингового плана

● Маркетинговые исследования и коммуникации, как основание для определения стратегии, целей и задач маркетинга

● Адекватность маркетингового бюджета по отношению к стратегии и плану маркетинга, его реалистичность

● Политика сбыта и продвижения

● Рекламная модель, ее применение и эффективность

● Реальные способности/возможности и функциональные обязанности членов команды в области маркетинга (обоснованность передачи функций на аутсорсинг)

● Соответствие используемых маркетинговых инструментов задачам в области маркетинга

● Качество публичного представления маркетингового плана

Критерий F1: Устойчивое развитие

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

● Экологическая безопасность. Описание используемого сырья, его происхождение.

Утилизация отходов

● Знание схемы определения точки безубыточности, периода окупаемости проекта

● Социальная стабильность. Влияние проекта на здоровье; доступность продукта (услуги) разным слоям населения; интеграция проекта в жизнь местного социума

● Инновационная составляющая в развитии проекта

● Стабильность спроса на производимую продукцию (услуги) в формате индивидуальных и иных потребителей.

Критерий G1: Финансовые показатели

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

● Качество обоснования системы налогообложения

● Понимание расчетов стоимости, ценообразования

● Обоснование и аргументация способов финансирования

● Практико-ориентированность и точность расчетов

● Точность формирования бюджета

● Инвестиционная политика

● Реалистичность финансовых прогнозов

Критерий G2: Специальное задание

Субкритерии оценки разрабатываются перед началом чемпионата параллельно с формулирование специального задания и доводятся до участников до начала работы над модулем

Критерий H1: Продвижение фирмы/проекта

Оценка будет происходить в соответствии со следующими субкритериями:

● Бухгалтерское обеспечение фирмы/проекта

● Использование в работе социальных сетей и современных программных решений коммуникации для целей бизнеса

- Использование на практике коммерческих предложений и деловой переписки
- Тайм-менеджмент и презентация прототипов
- В презентации учтены замечания экспертов к предыдущим модулям
- Дресс-код команды в соответствии с деловым стилем или фирменной одеждой делегации

- Качество презентации проекта в целом

4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ

Главный эксперт и Заместитель Главного эксперта обсуждают и распределяют Экспертов по группам (состав группы не менее трех человек) для выставления оценок. Каждая группа должна включать в себя как минимум одного опытного эксперта. Эксперт не оценивает участника из своей организации/области

Соревнования по компетенции «Предпринимательство» проводятся по модульному принципу в два этапа (Заочный этап: за месяц до дня С-4 выполняется Модуль А1 (оценивание в дни С-4 – С-1); Очный этап в дни чемпионата: выполняются модули В1 – Н1, включая специальные задания).

Модуль А1 (Бизнес-план) оценивается членами Жюри в дни С-4 – С1.

В день С1 проходит публичное собеседование по сути и форме представленных бизнеспланов (Модуль А1. Бизнес-план). Рабочие модули В1 – Н1 будут представлены жюри и зрителями на соревновательной площадке. Члены жюри оценивают усилия участников и присуждают баллы в соответствии с критериями.

В качестве специального задания, помимо прочих, может быть предложено задание, предполагающее применение софта 1С в малом бизнесе. К оценке привлекаются эксперты – квалифицированные пользователи 1С.

Каждый модуль подробно обсуждается до начала работы (как правило, начиная с дня С-1), чтобы неясные вопросы, которые могут возникнуть в процессе соревнования, были прояснены заранее. По поводу выполнения модуля А1 и подготовки бизнес-плана участники получают (не позднее, чем за месяц до дня С-4) подробное инструктивно-методическое письмо.

Соревнование проводится в два этапа: Заочный (разработка, анализ и оценка представленных бизнес-планов) и Очный (собеседование по сути и форме Бизнес-плана, защита проектов, их развитие и продвижение товаров/услуг).

Не позднее, чем за месяц до чемпионата (до дня С-4) публикуется Конкурсное задание, которое в основе своей будет иметь те же модули, которые приведены в настоящем Техническом описании, в соответствии с которым участники разрабатывают бизнес-планы своих проектов. Рекомендуется, чтобы тема проекта, проектная идея соотносились с рынками НТИ, были направлены на развитие движения WSK, поддержку здорового образа жизни, развитие молодежного туризма, образования и пр. Требования к оформлению бизнес-планов приведены ниже.

В электронном виде бизнес-план представляется в оргкомитет соревнований не позднее 09.00 часов Дня С-4, в печатном виде до 09.00 часов Дня С-2. Несвоевременное предоставление бизнес-плана в электронном виде влечет за собой наложение штрафа в размере 2,5 штрафных очков за каждый день просрочки (до 15 баллов в сумме). Не представление бизнес-плана ведет к тому, что модуль А1 оцениваться не будет (с потерей 15 баллов). Команда, не предоставившая бизнес-план, в собеседовании в день С1 по сути и форме бизнес-плана не участвует

5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Разделы 2, 3 и 4 регламентируют разработку Конкурсного задания. Рекомендации данного раздела дают дополнительные разъяснения по содержанию КЗ.

Продолжительность Конкурсного задания не должна быть менее 15 и более 22 часов

Возрастной ценз участников для выполнения Конкурсного задания от 14 до 16 и от 17 до 22 лет. Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов WSSS.

Конкурсное задание не должно выходить за пределы WSSS.

Оценка знаний участника должна проводиться исключительно через практическое выполнение Конкурсного задания.

При выполнении Конкурсного задания не оценивается знание правил и норм WSK.

5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Модуль А1: Бизнес-план команды – 15% от общей оценки

Модуль В1: Наша команда и бизнес-идея – 8 % от общей оценки

Модуль С1: Целевая группа - 10% от общей оценке

Модуль D1: Планирование рабочего процесса - 12% от общей оценки

Модуль E1: Маркетинговое планирование - 12% от общей оценки

Модуль F1: Устойчивое развитие - 5% от общего оценке

Модуль G1: Техничко-экономическое обоснование проекта, включая финансовые инструменты и показатели - 10% от общей оценки

Модуль H1: Продвижение фирмы/проекта - 13% от общего оценке

Специальные Задания - 15% от общей оценки

5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Модуль 1. А1: «Бизнес-план» - 15% от общей оценки

Команда разрабатывает бизнес-план, который должен содержать краткую но понятную информацию и давать ответы на волнующие инвесторов вопросы — каков объем инвестиций, сроки кредитования, гарантии возврата, объем собственных средств. Разделы документа должны давать расширенную информацию о проекте и доказывать правильность расчетов.

Команда должна направить электронную копию Бизнес-плана с приложениями на адрес на адрес не позднее 09.00 часов дня С-4:

1. Бизнес-план в формате Word;

2. Приложения:

- Видео ролик в формате mp4/avi/mov.

- Информационно-рекламный плакат в формате .jpeg.

- Рецензия в формате .pdf

-Ссылка на маркетинговое исследование (при наличии исследований рынка и/или проводимых опросов) в google форме.

Формат письменных материалов (Бизнес-план):

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 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 12пп, 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 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, 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 (включая финансовый план) Все представляемые материалы заверяются конкурсантами (подписи конкурсантов, подтверждающие авторство).

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru/>или аналогичной (уточняется в Методическом письме. Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования уточняется экспертным сообществом).

Две бумажные копии бизнес-плана каждой участвующей команды должны быть представлены до начала соревнований (не позднее 09.00 часов в День С-2).

Не представление в срок электронных материалов подлежит начислению штрафных баллов (в зависимости от ситуации от 0,25 до 15 баллов по модулю А1).

Присланные в электронном виде бизнес-планы будут рассматриваться (с дня С-4) и оцениваться (с дня С-2) экспертами (каждый бизнес-план оценивают не менее 3 экспертов) и будут включать в себя 15% общей оценки команды.

Формат расчетов Excel (период 2 года):

Лист1 - данные для расчетов (% займа), натуральные величины, налоговые ставки региона, ставки дисконтирования и другие показатели необходимые для обоснования расчетов.

Лист2 Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат)

Лист3 План на будущие периоды Доходов и расходов

Лист4 Расчеты себестоимости продукции

Лист5 Факт прошлых периодов Доходов и расходов (если предпринимательская деятельность уже ведется)

Лист6 Фактический баланс на предыдущую отчетную дату (если предпринимательская деятельность уже ведется)

Лист7 Прогнозный баланс

Лист8 План ДДС будущих периодов Доходов и расходов с указанием необходимого оборотного капитала.

Лист9 Факт ДДС за прошлые периоды (если предпринимательская деятельность уже ведется) Лист10 Показатели деятельности (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ: полные инвестиции в проект (стартовые+оборотный), Простой период окупаемости, NPV, IRR, IP, Рентабельность продаж (оборота) по проекту.)

Ссылки в файле только внутри таблицы – не допускаются внешние ссылки, скрытые ссылки на данные, таблицы, картинки. Если такие ссылки обнаруживаются в Excel - таблицы полностью заменяются на данные.

Данные, приведенные в бизнес-плане в Excel, могут использоваться (в том числе – корректироваться) в ходе работы на площадке.

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

Формат информационно-рекламного плаката:

1. Формат А3;
2. Полноцвет (3 и более цветов);
3. Назначение – реклама.
4. Формат файл .jpeg
5. Размер не более 150 Мб.

Формат и требования к видеоролику:

1. В видеоролике должна присутствовать начальная заставка не менее 3 секунд (название проекта и фио авторов).
2. В видеоролике должна присутствовать конечная заставка не менее 3 секунд (название проекта + Контакты).
3. “Вес” ролика не должен превышать 150 Мб.
4. Формат ролика только в формате mp4/avi/mov.
5. В ролике есть ссылка на правомерность используемых аудио и видео материалов.

В качестве иллюстраций в работах могут быть представлены чертежи, схемы, диаграммы, рисунки и т.п. Все иллюстрации обозначают в тексте словом «рисунок». Иллюстрации могут быть выполнены на компьютере, как в черно-белом, так и в цветном варианте.

Рисунки в зависимости от их размера располагают в тексте непосредственно после того абзаца, в котором данный рисунок был впервые упомянут, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении. Все рисунки должны иметь наименование, которое помещают под иллюстрацией.

Приветствуется применение в ходе работы над проектом и разработки бизнесплана софта 1С в малом бизнесе.

Модуль 2. В1: «Наша команда и бизнес-идея» - 8% от общей оценки

Данный модуль включает разделы «Организация работы», «Формирование навыков коллективной работы и управление» и «Презентация компании» Спецификации стандартов.

В рамках данного модуля конкурсантам предстоит обосновать название команды, распределить функциональные обязанности, договориться о системе принятия решений и контроле за их реализацией, осмыслить наиболее выигрышные деловые и личностные качества каждого, укрепиться как единая, слаженно работающая команда.

В этом модуле предъявляется, также, бизнес-идея (в составе бизнесконцепции) и общая логика ее развития (в бизнес-плане).

Покажите, каким образом вашей команде удалось выйти на конкретную бизнес-идею, какие способы (методы, механизмы) генерирования идей вы знаете (три и более) и как был осуществлен выбор конкретной идеи. Обоснуйте свой выбор конкретного способа «выхода» на идею.

В модуле разрабатывается описание общей информации о фирме (предприятии) или компании, описание отрасли и перспективы ее развития, кадры и структура управления, направление деятельности и выпускаемая продукция или услуги, партнерские связи.

Возможно наглядное представление продукции производимой вашим предприятием — это может быть фотография, рисунок или натуральный образец. Если вы производите не один вид продукции, то описание должно быть по каждому виду в отдельности.

Структура данной части:

- Наименование продукции
- Назначение и область применения
- Основные характеристики
- Конкурентоспособность
- Патентоспособность и авторские права
- Наличие или необходимость лицензирования
- Степень готовности к выпуску и реализации продукции

Приведите сильные стороны каждого из членов команды, значимые для предпринимательской деятельности (не менее 3-х четко сформулированных качеств каждого из участников, которые используются в ходе реализации проекта) и аргументируйте их. Может быть представлена и другая значимая информация. Определите четко роли каждого из участников в проекте (бизнесе). Приведите аргументы принятия командных решений.

Постарайтесь четко сформулировать не менее 3-х ключевых факторов успеха команды, которые могут быть применены в ходе реализации проекта. Приведите доводы, подтверждающие реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов. Представьте (на русском языке и с кратким резюме на английском) итоги своей работы членам жюри с использованием плаката, web-презентации в Power Point, флип-чарта, необходимого раздаточного материала.

Постарайтесь продуктивно использовать время, выделенное на презентацию итогов работы по модулю В1: следует уложиться в отведенное время и использовать его максимально полно. Постарайтесь продемонстрировать в ходе презентации свои ораторские, коммуникативные способности, использование (в разумных объемах) разнообразных средств и приемов презентации (технические средства презентации, раздаточный материал, плакат, флип-чарт и пр.). Будьте ситуативны.

Цели этого модуля – оценить навыки и компетенции участников команды при составлении бизнес-плана, а также способность публично продемонстрировать свою бизнес-идею; определение авторства членов команд при составлении бизнес-плана, глубины понимания и компетентности членов команды в предложенном бизнесе.

Модуль 3С1: «Целевая группа» - 10% от общей оценки

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).

Участники 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 в бизнес-концепцию.

Определено и продемонстрировано отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого взаимодействия.

Команда должна, с использованием методов и инструментов, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы, на которую нацелены производимые компанией продукт/услуга.

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.

Модуль 4 D1: «Планирование рабочего процесса» - 12% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Бизнес-процесс/Организационная структура» Спецификации стандартов.

В этом модуле описывается организация руководящего состава и основных специалистов, организационная структура предприятия и сроки реализации проекта, способы мотивации руководящего состава. Расчет постоянных и переменных издержек на производство, объемов производства и сбыта, расчет себестоимости продукции и общие сведения о возможностях предприятия.

Необходимо показать (в полноте и логике) последовательность процессов от бизнесидеи до ее реализации. Приведите в наглядной форме описание того, как получить продукт и / или услугу, которые будете предлагать на рынке. Если вы развиваете розничный бизнес здесь придется описать, где и кто ваши поставщики и др. Если это предоставление услуг, то опишите, как можно было бы оказать услугу (например, нанятыми профессионалами, используя специальные инструменты и оборудование и пр.). Если бизнес является производственной компанией, здесь придется дать описание процесса производства, поставок сырья, необходимого для производства и др. Не забывайте об управленческих действиях по решению кадровых, организационно-правовых вопросов и т.п.

Структура данной части:

- географическое положение предприятия, транспортные пути, наличие коммуникаций
- технология и уровень квалификации кадров - потребность в площадях
- объем производства

Этот модуль направлен на визуализацию бизнес-процессов, производственных процессов и организации деятельности организации (визуализация предполагает предварительную разработку самих бизнес-процессов - в необходимой и достаточной полноте,

логике и последовательности, на каждом этапе развития проекта). В процессе демонстрации последовательности бизнес-процессов могут быть использованы плакат, слайды web-презентации, пр.

Модель бизнес-процессов, должна быть обоснована представленном методом/концепцией структурирования и управления. Должны быть отражены используемые в работе средства планирования и контроля.

Цель состоит в том, чтобы подробно показать полный цикл бизнес-процесса «шаг за шагом», - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту.

Еще одним аспектом является постоянное развитие проекта с учетом его прибыльности. На этом этапе развития деятельности должны быть проработаны как позитивный, так и негативный варианты развития бизнеса, для которых должен быть составлен антикризисный план.

На основании схемы бизнес-процессов, должны быть представлены антикризисный и перспективный план для бизнеса.

В модуле оцениваются планирование реализации проекта, производства и бизнес процессов. Организационно-управленческая структура и структура развития проекта. Фактически примененные методы и средства управления и структурирования проекта.

Результаты работы над модулем представляются в виде презентации.

Модуль 5E1: «Маркетинговое планирование» - 12% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Маркетинговое планирование/Формула маркетинга» Спецификации стандартов.

Предстоит 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)

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).

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

Модуль 6F1: «Устойчивое развитие» - 5% от общего оценке

Данный модуль включает раздел «Устойчивое развитие» Спецификации стандартов.

Участникам необходимо исследовать возможности применения принципов устойчивого развития в деятельности, необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса.

В этом контексте необходима разработка и реализация стратегий развития бизнеса с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам.

Необходимо оценить воздействие проекта на окружающую среду, предусмотреть меры по защите от негативного воздействия, определить класс производственных и бытовых отходов, потребность в переработке и утилизации сырья или отходов.

Кроме этого, необходимо выяснить, является ли предлагаемый продукт или услуга, подходящими с точки зрения устойчивости спроса, оценить устойчивость и выработать меры по поддержанию её на высоком уровне.

Важным является также экономический аспект устойчивого развития, в том числе, расчет точки безубыточности.

Необходимо продумать кадровую политику своего предприятия, создание благоприятных условий для труда и отдыха сотрудников, их профессионального развития.

Кроме того, будет оцениваться наличие всеобъемлющего плана по устойчивому развитию бизнеса, его реалистичность, подробное описание действий и фактические примеры, реализованные при организации бизнеса.

В этот модуль включается публичная презентация.

Модуль 7G1: «Технико-экономическое обоснование проекта, включая финансовые показатели» - 10% от общей оценки

Данный модуль включает раздел «Финансовые инструменты» Спецификации стандартов.

В этом модуле компания должна провести точные расчеты на период не менее 2 лет, доказывающие, что задуманный бизнес будет иметь прибыль.

Необходимо обосновать и аргументировать способы финансирования вашего проекта на стартовом этапе. Следует составить бюджет инвестиций, отдельно выделяя расходы стартового этапа, приобретение объектов основных средств, формирование оборотного капитала, а также определить источники финансирования – собственные средств и внешние источники. В отношении заемного капитала следует учесть его стоимость и условия возврата.

В этом модуле необходимо использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп при определении прогнозных объемов продаж.

При расчете стоимости продукции желательно воспользоваться как минимум одной из известных моделей калькуляции расходов (direct-costing, absorption costing, standard-costing,

activity based costing и пр.), а при обосновании ценообразования – моделями или методами ценообразования (затратные, рыночные, параметрические и пр. методы).

В рамках данного модуля участники должны составить бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс, а также рассчитать и интерпретировать значимые экономические показатели (PP, DPP, NPV, IRR, IP и другие).

Расчеты по прибылям и убыткам должны быть реалистичными и правильно выполненными. Кроме того, необходимо обратить внимание на практико-ориентированность, с одной стороны, и на точные расчеты, с другой стороны. Участники должны быть осведомлены о том, что жюри обращает внимание на понимание расчетов стоимости и проверяет, являются ли цифры реалистичными.

В этот модуль может включаться публичная презентация.

Модуль 8Н1: «Продвижение фирмы/проекта» - 13% от общей оценки

Данный модуль включает разделы «Организация работы», «Формирование навыков коллективной работы и управления», «Продвижение фирмы/проекта», «Презентация компании» Спецификации стандартов.

Презентация компании должна включать наиболее важные аспекты всех модулей (от А до Н).

В данном модуле участникам необходимо продемонстрировать жизнеспособность фирмы/проекта, показать предпринятые конкретные шаги по реализации проекта, а также достигнутые результаты. Оценка эффективности проекта. Оценка значимости проекта, его эффективность и направленность. Анализ чувствительности предприятия к внешним факторам, риски компании, окупаемость проекта и гарантии возврату заемных средств. Описание возможных рисков и форс-мажорных моментов.

Готовится, также, презентация в PowerPoint. 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.

Самопредставление должно занимать не более 6 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: использование программных решений/коммуникации для целей бизнеса, практические примеры деловой переписки, коммерческих предложений и пр.

Оценка презентации строится на основе учета 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.

Презентация и последующее обсуждение проводятся на русском языке. Краткий комментарий на английском приветствуется, но не является обязательным. Отдельным критерием в презентации является саморефлексия – способность участников отслеживать

собственное движение в рамках Финала Чемпионата, использовать полученную информацию о командах-партнерах для решения текущих задач и пр.

Требования к одежде на защите по модулю Н1: для мужчин - официальный пиджак или жакет, черные/синие/серые брюки, белая рубашка, черный/синий/серый галстук без рисунка или с символикой WSR, черные/синие/серые носки и черные/синие ботинки.

Для женщин: официальный пиджак или куртка, черные/синие/серые брюки или юбка до колен, белая блузка без воротника или с небольшим воротником, не выходящим за отвороты пиджака, черные или цвета кожи бесшовные чулки (колготки) и черные туфли.

Участники могут быть в своей официальной конкурсной одежде (фирменная одежда делегации, образовательной организации и пр.).

Специальные этапы - 15% от общей оценки Специальные задачи включены в перечисленные выше модули в виде «специальных этапов», носят «спонтанный» характер и требуют оперативного реагирования участников.

Команды должны быстро адаптироваться к таким заданиям жюри. Эти специальные задачи могут отличаться от общей темы конкурса. Однако все эти задачи являются универсальными, и требуют предпринимательских навыков. Выполнение задач специальных модулей дает представление о творческом потенциале команд для решения проблем и их компетентности.

Материалы «специальных этапов» могут включаться в качестве фрагментов в соответствующие блоки публичных презентаций по итогам самих специальных этапов.

5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Конкурсное задание разрабатывается по образцам, представленным Менеджером компетенции на форуме WSK. Представленные образцы Конкурсного задания должны меняться один раз в год.

5.4.1. КТО РАЗРАБАТЫВАЕТ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ/МОДУЛИ

Общим руководством и утверждением Конкурсного задания занимается Менеджер компетенции. К участию в разработке Конкурсного задания могут привлекаться:

- Сертифицированные эксперты WSK;
- Сторонние разработчики;
- Иные заинтересованные лица. В процессе подготовки к каждому соревнованию при внесении 30 % изменений к Конкурсному заданию участвуют:

- Главный эксперт;
- Сертифицированный эксперт по компетенции (в случае присутствия на соревновании);
- Эксперты принимающие участия в оценке (при необходимости привлечения главным экспертом).

Внесенные 30 % изменения в Конкурсные задания в обязательном порядке согласуются с Менеджером компетенции.

Выше обозначенные люди при внесении 30 % изменений к Конкурсному заданию должны руководствоваться принципами объективности и беспристрастности. Изменения не должны влиять на сложность задания, не должны относиться к иным профессиональным областям, не описанным в WSSS, а также исключать любые блоки WSSS. Также внесённые изменения должны быть исполнимы при помощи утверждённого для соревнований Инфраструктурного листа.

5.4.2. КАК РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсные задания к каждому чемпионату разрабатываются на основе единого Конкурсного задания, утверждённого Менеджером компетенции и размещённого на форуме экспертов. Задания могут разрабатываться как в целом так и по модулям. Основным инструментом разработки Конкурсного задания является форум экспертов.

5.4.3. КОГДА РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсное задание разрабатывается согласно представленному ниже графику, определяющему сроки подготовки документации для каждого вида чемпионатов.

Временные рамки	Локальный чемпионат	Отборочный чемпионат	Национальный чемпионат
Шаблон Конкурсного задания	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Разрабатывается на основе предыдущего чемпионата с учётом всего опыта проведения соревнований по компетенции и отраслевых стандартов за 6 месяцев до чемпионата
Утверждение Главного эксперта чемпионата, ответственного за разработку КЗ	За 2 месяца до чемпионата	За 3 месяца до чемпионата	За 4 месяца до чемпионата
Публикация КЗ (если применимо)	За 1 месяц до чемпионата	За 1 месяц до чемпионата	За 1 месяц до чемпионата
Внесение и согласование с Менеджером компетенции 30% изменений в КЗ	В день С-2	В день С-2	В день С-2
Внесение предложений на Форум экспертов о модернизации КЗ, КО, ИЛ, ТО, ПЗ, ОТ	В день С+1	В день С+1	В день С+1

5.5 УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Главный эксперт и Менеджер компетенции принимают решение о выполнимости всех модулей и при необходимости должны доказать реальность его выполнения. Во внимание принимаются время и материалы.

Конкурсное задание может быть утверждено в любой удобной для Менеджера компетенции форме.

5.6. СВОЙСТВА МАТЕРИАЛА И ИНСТРУКЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Если для выполнения задания участнику конкурса необходимо ознакомиться с инструкциями по применению какого-либо материала или с инструкциями производителя, он получает их заранее по решению Менеджера компетенции и Главного эксперта. При необходимости, во время ознакомления Технический эксперт организует демонстрацию на месте.

Материалы, выбираемые для модулей, которые предстоит построить участникам чемпионата (кроме тех случаев, когда материалы приносит с собой сам участник), должны принадлежать к тому типу материалов, который имеется у ряда производителей, и который имеется в свободной продаже в регионе проведения чемпионата

6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ

6.1. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА

Информация для конкурсантов публикуется в соответствии с регламентом проводимого чемпионата. Информация может включать:

- Техническое описание;
- Конкурсные задания;
- Обобщённая ведомость оценки;
- Инфраструктурный лист;
- Инструкция по охране труда и технике безопасности;
- Дополнительная информация.

6.2. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

Общее управление компетенцией осуществляется Международным экспертом и Менеджером компетенции с возможным привлечением экспертного сообщества.

Управление компетенцией в рамках конкретного чемпионата осуществляется Главным экспертом по компетенции в соответствии с регламентом чемпионата.

7. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ

7.1 ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА И ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЧЕМПИОНАТЕ

См. документацию по технике безопасности и охране труда предоставленные оргкомитетом чемпионата.

7.2 СПЕЦИФИЧНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА, ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КОМПЕТЕНЦИИ

Специфичные требования не предъявляются.

8. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ

8.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ

Инфраструктурный лист включает в себя всю инфраструктуру, оборудование и расходные материалы, которые необходимы для выполнения Конкурсного задания. Инфраструктурный лист обязан содержать пример данного оборудования и его чёткие и понятные характеристики в случае возможности приобретения аналогов.

При разработке Инфраструктурного листа для конкретного чемпионата необходимо руководствоваться Инфраструктурным листом, размещённым на форуме экспертов Менеджером компетенции. Все изменения в Инфраструктурном листе должны согласовываться с Менеджером компетенции в обязательном порядке.

На каждом конкурсе технический эксперт должен проводить учет элементов инфраструктуры. Список не должен включать элементы, которые попросили включить в него эксперты или конкурсанты, а также запрещенные элементы.

По итогам соревнования, в случае необходимости, Технический эксперт и Главный эксперт должны дать рекомендации Оргкомитету чемпионата и Менеджеру компетенции о изменениях в Инфраструктурном листе.

8.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)

Все оборудование и материалы будут предоставлены Организаторами.

8.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ

Участникам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи (карты памяти, а также средства коммуникации, например, мобильные телефоны).