

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа № 7
имени Героя Советского Союза Петра Акимовича Рубанова»

РАССМОТРЕНА
на заседании ШМО
протокол №1
«27» 08.2020г.

УТВЕРЖДЕНА
приказом директора
от «28»08 2020г. №567-1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
«Основы предпринимательской деятельности. Бизнес ПИсочница»
(наименование курса внеурочной деятельности)

основное общее образование
(уровень образования, направленность)

9 классы

один год

программа составлена учителем
информатики
(предмет)

Осиповым Вячеславом Сергеевичем
(Ф.И.О. квалификационная категория)

г. Черногорск

Рабочая программа курса внеурочной деятельности «Основы предпринимательской деятельности» составлена в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. № 1897 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» (с изменениями и дополнениями).

Результаты освоения курса внеурочной деятельности

При реализации программы «Основы предпринимательской деятельности» результатами освоения являются:

1. Личностными:

Результаты изучения дополнительных учебных предметов, курсов по выбору обучающихся должны отражать: 1) развитие личности обучающихся средствами предлагаемого для изучения учебного предмета, курса: развитие общей культуры обучающихся, их мировоззрения, ценностно-смысловых установок, развитие познавательных, регулятивных и коммуникативных способностей, готовности и способности к саморазвитию и профессиональному самоопределению; 2) овладение систематическими знаниями и приобретение опыта осуществления целесообразной и результативной деятельности; 3) развитие способности к непрерывному самообразованию, овладению ключевыми компетентностями, составляющими основу умения: самостоятельному приобретению и интеграции знаний, коммуникации и сотрудничеству, эффективному решению (разрешению) проблем, осознанному использованию информационных и коммуникационных технологий, самоорганизации и саморегуляции; 4) обеспечение академической мобильности и (или) возможности поддерживать избранное направление образования; 5) обеспечение профессиональной ориентации обучающихся.

-оценивать жизненные ситуации (поступки, явления, события) с точки зрения собственных ощущений (явления, события), в предложенных ситуациях отмечать конкретные поступки, которые можно оценить как хорошие или плохие;

-называть и объяснять свои чувства и ощущения, объяснять своё отношение к поступкам с позиции общечеловеческих нравственных ценностей;

-самостоятельно и творчески реализовывать собственные замыслы.

2. Метапредметными:

Умение применять различные методики генерирования идей и их трансформации в конкурентоспособные бизнес-идеи

Умение формулировать цели, задачи и формировать дорожные карты развертывания нового бизнеса

Владение основами разработки бизнес-моделей, финансовой модели нового бизнеса и моделей монетизации нового продукта

Владение навыками планирования, организации, контроля в новом бизнесе и стимулирования будущих сотрудников

Умение рассчитывать ключевых экономических показателей нового бизнеса

Владение методиками создания (разработки) нового продукта, тестирования и доработки минимально жизнеспособного продукта (MVP)

Умение планировать ресурсы, производственные мощности, необходимые для создания нового продукта

Умение нахождения источников привлечения внешних ресурсов для нового бизнеса

Освоение инструментов для анализа потребностей рынка
Умение определять ключевые сегменты рынка и разрабатывать портрет целевой аудитории нового продукта
Владение инструментами тестирования конкурентоспособности бизнес-идей и определения потенциального спроса
Умение формировать пользовательский сценарий (UX), разрабатывать и формализовывать ценностное предложение для пользователей нового продукта
Осведомленность о региональной инфраструктуре поддержки МСП (малого и среднего предпринимательства) и получения мер государственной поддержки бизнеса
Умение обоснования и выбора организационно-правовой формы предпринимательства в рамках действующего законодательства РФ
Освоение перечня возможных юридически значимых действий, предшествующих запуску нового бизнеса/созданию нового продукта (разработки и утверждения учредительных документов, их подачи и др.)
Развитие коммуникабельности и применение в повседневной деятельности коммуникативных навыков
Развитие лидерских навыков и навыка работы в команде, аналитических способностей, навыка управления временем (тайм-менеджмента), стрессоустойчивости, навыка проведения презентаций
Умение планировать, организовывать и контролировать персональный трудовой ресурс и личностный роста через занятие предпринимательством
Развитие инициативности и целеустремленности и ответственности за собственные решения
Умение не бояться и признавать допущенные ошибки и своевременно их исправлять
Формирование навыка самомотивации к занятию предпринимательством
Формирование личной конкурентоспособности

Содержание курса внеурочной деятельности

Раздел 1. Личность предпринимателя в цифровую эпоху. Навыки и грехи.

Кто такой предприниматель? Квадрант денежного потока Р. Кийосаки. Сравнительная характеристика предпринимательства в России и на западе (Америка и Европа). Групповая дискуссия на тему преимуществ и недостатков предпринимательства, мотивов к началу предпринимательской деятельности. Разбор результатов теста №1 на выявление склонностей к предпринимательству. Анализ видео с выступлением действующих предпринимателей (региональных)

Раздел 2. Основы Дизайн-мышления

Первый теоретический блок (мини-лекция) «Бизнес-компас»: С чего начинается предпринимательство и где можно найти бизнес-идею. Итогом блока является выбор одного из четырёх тестовых (выбранных заранее) направлений в сфере туризма. Ролевая игра «Работник-самозанятый-бизнесмен-инвестор». Второй теоретический блок (мини-лекция) «Введение в Дизайн-мышление». Знакомим с дизайн-мышлением и его этапами. Упражнение (практикум) «Построение карты стейкхолдеров» применительно к туристическому бизнесу. В ходе выполнения, данного упражнения участником необходимо ответить на 2 вопроса: 1. Кто является непосредственным выгодоприобретателем (получателем денег) от приезжающих в регион туристов 2. Кто является косвенным выгодоприобретателем, получающим пользу от того, что туристы приезжают в регион. После выполнения данного упражнения мы обсуждаем, а что мы, как предприниматели могли бы получить от косвенных выгодоприобретателей (чем они нам могут помочь в случае реализации проекта в направлении туристического бизнеса). Разбор

результатов теста №2 на выявление склонностей к предпринимательству. Дебрифинг сессии.

Первый теоретический блок (мини-лекция) «Все врут!» В данном блоке проводится сбор гипотез по поводу туристов и того, за что они готовы платить, какими услугами пользуются, а какими нет. В процессе дискуссии приходим к необходимости обладать достоверной информацией и к вопросу, как её получать? Упражнение (практикум) «Спроси маму». Обучающиеся приобретают навыки получать информацию от потенциальных потребителей в условиях высокой неопределенности. Учимся определять «боль платежеспособного клиента». Разбираемся в том: 1. Кому задавать вопросы, как находить собеседников? 2. Как задавать важные вопросы и какие именно вопросы важны? 3. Как обрабатывать и интерпретировать полученную информацию? 4. Как оградить себя от вводящей в заблуждение информации? 5. Как вывести собеседника на развитие сотрудничества? Практикум построен на информации из книги «Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут» (Р. Фицпатрик). Второй теоретический блок (мини-лекция) «Карта эмпатии», где происходит разбор данного инструмента. Упражнение (практикум) «Турист». Обучающиеся приобретают навыки использования инструмента. Работа происходит на основе полученной информации из предыдущего упражнения. Третий теоретический блок (мини-лекция) «Карта пути клиента», где происходит разбор данного инструмента. Упражнение (практикум) «Таков Путь». Обучающиеся приобретают навыки использования CJM (Customer Journey Map или карта пути клиента). Работа происходит на основе полученной информации из предыдущих упражнений. Дебрифинг сессии. Теоретический блок (мини-лекция) «Боли и потребности». Разбираем, что такое потребности и боли. Какие они бывают и каким образом искать боль, за решение которой готов платить клиент. Практикум. Тренируемся использовать такие инструментами, как: «Wordstat», «Ads», «Яндекс Метрика», таргетированная реклама в социальных сетях. Упражнение (практикум) «Таков Путь. Эмоции». Обучающиеся рассматривают построенный путь с точки зрения удовлетворённости клиента. Итогом является выявление слабых мест и фокусировка на одной из болей для последующей работы. Разбор результатов теста №3 на выявление склонностей к предпринимательству. Дебрифинг сессии.

Раздел 3. Генерация и проработка бизнес-идей. Прототипирование.

Первый теоретический блок «Идеи» Рассказываем, чем пожелания отличаются от идей, знакомим обучающихся с мнемонической аббревиатурой SMART и инструментом «мозговой штурм». Упражнение (практикум) «101 идея»: обучающиеся придумывают способы решения выбранной проблемы 101 способом.

Второй теоретический блок «Стоящие идеи» В данном блоке обучающиеся учатся определять стоящие идеи. Каким критериям они должны отвечать и как их измерять. Для формирования рейтинга используется диаграмма Венна. Упражнение (практикум) «Три идеи». Используя диаграмму Венна обучающиеся отбирают все идеи отвечающие всем критериям, после чего занимаются их оценкой и составлением рейтинга.

Третий теоретический блок «Прототипирование» Обозначение целей, задач, а также важных правил, которых надо придерживаться при создании прототипа. Знакомство с инструментами прототипирования. Упражнение (практикум) «Прототипирование» Создание макета с помощью выбранных инструментов. Дебрифинг сессии.

Первый теоретический блок «Решенческое исследование» Разбираемся, чем отличается от «проблемного» исследования и что необходимо для его реализации. Упражнение

(практикум) «Тестирование» : на этом этапе команда должна узнать о том, что большинство представленных пользователю гипотез неработоспособны, и совершить итерацию.

Второй теоретический блок «Современные инструменты реализации прототипов». Изучаем доступные, популярные и удобные инструменты для создания прототипов. Упражнение (практикум) «Прототипирование. 2 этап» Создание нового или доработка старого макета с помощью выбранных инструментов.

Разбор результатов теста №4 на выявление склонностей к предпринимательству. Дебрифинг сессии.

Раздел 4. Разработка бизнес-модели

Ознакомление обучающихся с понятием «бизнес-модель». Подробное ознакомление с бизнес-моделью А. Остервальдера.

Упражнение (практикум) «Формирование бизнес-модели». Поэтапная проработка всех структурных блоков на основе всей ранее собранной информации, кроме структур издержек и потоков поступления доходов.

Разбор результатов теста №5 на выявление склонностей к предпринимательству. Дебрифинг сессии.

Раздел 5. Правовые основы предпринимательской деятельности

Теоретический блок «Правовые основы бизнеса» Введение в организационно-правовые аспекты предпринимательства.

Теоретический блок «Введение в юнит-экономику».

Практический блок . Считаем юнит-экономику построенной бизнес-модели.

Теоретический блок «Государственная поддержка бизнеса» Знакомство с инфраструктурой поддержки. Разбор функционала таких инфраструктурных организаций как Корпорация МСП, МСП Банк, ТПП, Центр «Мой бизнес», Министерство экономического развития (региональное), Министерство цифрового развития РФ и подведомственные организации, Центр занятости населения, Администрация муниципального образования, Бизнес-инкубатор,

Практический блок. Дорабатываем сегмент «Ключевые партнеры» бизнес-модели с учетом полученных знаний о мерах государственной поддержки бизнеса. Встраиваем инфраструктурные организации в бизнес-модель проекта.

Упражнение (практикум) «Формирование бизнес-модели». Проработка структур издержек и потоков поступления доходов. Коррекция всех остальных блоков

Разбор результатов теста №6 на выявление склонностей к предпринимательству. Дебрифинг сессии.

Раздел 6. Защита бизнес-проектов

Итоговая игра: «Инвестиционная питч-сессия».

Проектные команды готовятся к защите своих прототипов и бизнес-моделей, после чего происходит презентация, целью которой является привлечение «инвестиций».

Подведение итогов. Происходит оценка результатов работы команд и составление рейтинга.

Обобщение изученного материала.

Объявление победителей и награждение участников.

Обратная связь от участников образовательной программы.

Предложение о вступлении в сообщество «Бизнес ПИсочницы» в мессенджереDiscord, для получения консультационных услуг, общения с единомышленниками и возможности поиска проектной команды.

Подбор менторов, готовых помочь участникам с доработкой проекта или проработкой новой идеи с использованием освоенного инструментария.

Дебрифинг сессии и программы.

Формы организации и виды деятельности: Программа основана на создании прототипа проекта в ходе обучения. В ходе обучения используются следующие методики и технологии: ситуационный практикум (кейс-стади), Ролевые и деловые игры, практико-ориентированные задания, менторство (для некоторых категорий обучающихся), проектный подход, интерактивные форматы обучения, мини-лекции, видео-анализ, дебрифинг, прототипирование.

Текущий контроль: smalltalk на 60 секунд от каждой команды (индивидуального участника) на тему: «Над чем мы работали на прошлой сессии и чем эта работа может быть нам полезна в реальной жизни (сейчас)»? Проводится в начале каждой сессии (со 2 по 9).

Итоговая аттестация: презентация командой (индивидуальным участником) целостного бизнес проекта, состоящего из прототипа и описывающей его бизнес – модели.

Тематическое планирование

№ урока п/п	Раздел/Тема урока	Количество часов
	Раздел 1. Личность предпринимателя в цифровую эпоху.	2
1	Личность предпринимателя в цифровую эпоху. Навыки и грехи.	1
2	Навыки и слабости необходимые современному предпринимателю	1
	Раздел 2. Основы дизайн-мышления	9
3-4	Бизнес-компас: как выбрать направление бизнеса и почему нельзя начинать бизнес с идеи?	2
5-6	Введение в Дизайн-мышление	2
7	Туризм как ниша для бизнеса	1
8-9	Все врут! Строим портрет клиента, изучая цифровой след. Современные способы сбора данных о потребителях и их жизни (CJM)	2
10-11	За что платит клиент? Как найти «боль».	2
	Раздел 3. Генерация и проработка бизнес-идей. Прототипирование.	8
12-13	Генерация бизнес-идей с использованием технологии «Мозговой штурм». Оценка и отбор идеи для создания проекта с использованием Диаграммы Вена	2
14-17	Создание визуального прототипа продукта с использованием классических и современных (Tilda, Figma, 3D печать и др) инструментов прототипирования	4
18-19	Тестирование прототипа на пользователях. Использование методик (глубинное интервью, фокус-группа).	2

	Раздел 4. Разработка бизнес-модели	10
20	Знакомство с шаблоном (канвой) А. Остервальдера	1
21	Формулирование ценности продукта	1
22	Формулирование ключевых потребительских сегментов	1
23	Формулирование каналов сбыта продукции. Изучение современных цифровых каналов коммуникации с клиентами	1
24	Формулирование ключевых взаимоотношений с клиентами, уникального торгового предложения (УТП).	1
25	Формулирование ключевых видов деятельности, связанных с производством продукта	1
26	Формулирование ключевых ресурсов, необходимых для создания продукта.	1
27	Формулирование ключевых партнеров. Изучение возможностей региональной инфраструктуры поддержки бизнеса	1
28	Издержки. Виды и примеры издержек. Калькуляция затрат, необходимых для реализации проекта (на открытие и постоянных).	1
29	Поступления. Калькуляция доходов. Точка безубыточности	1
	Раздел 5. Правовые основы предпринимательской деятельности	2
30-31	Выбор организационно-правовой формы для бизнеса. Выбор режима налогообложения	2
	Раздел 6. Защита бизнес-проектов	3
32	Основы публичных выступлений в бизнес-сообществе (подходы, инструменты).	1
33 -34	Итоговая игра «Инвестиционная питч-сессия»	2
	Итого:	34

Учебная литература:

1. Квадрант денежного потока / Р. Кийосаки; пер. с английского О.Г. Белошеев. – Минск : Попурри, 2019. – 368 с.
2. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье; пер. с английского, 9-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 288 с.
3. Как создать продукт, который купят: Метод LeanCustomerDevelopment / Синди Альварес; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 248 с.
4. Управление жизненным циклом корпорации / Ицхак КалдеронАдизес; пер. с англ. В. Кузина. – 4-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 512 с.
5. Искусство думать: Латеральное мышление как способ решения сложных задач / Эдвард де Боно; Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. 172 с.
6. Серия «Библиотека Сбербанка»: Т. 39: Лидер без титула: Современная притча об истинном успехе в жизни и бизнесе / Робин Шарма; Пер. с англ. – М.: АСТ, 2013. – 208 с.
7. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут / Роберт Фитцпатрик; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 155 с.
8. Rework: бизнес без предрассудков / Джейсон Фрайд, Дэвид ХайнемайерХенсон; пер. с англ. Ивана Сывороткина. – 12-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 208 с.

Материалы: блокнот для флипчарта (из расчета 10 листов на 1 команду участников (6 человек), маркеры цветные (из расчет 4 шт на 1 команду), стикеры самоклеящиеся (из расчета на 3 пачки на 1 команду), скотч малярный (из расчета 1 рулон на 1 команду), ножницы (6 пар), клей-карандаш (6 шт.) литы бумаги А4 (1 пачка на 1 группу (30 чел).

Контрольно-измерительные материалы для итоговой оценки

Бланк оценки проекта

№ п/п	Наименование критерия	Максимальный балл	Итоговый балл
1	- Карта стейкхолдеров выбранной отрасли	От 0 до 5	
2	- Карта удовлетворенности клиента (карта пути клиента или CJM): первичная и уточненная по результатам работы с отзывами, интервью с потенциальными клиентами и др.	От 0 до 5	
3	- Портрет целевой аудитории (возможно несколько сегментов) с указанием «боли», которую планируется «закрыть» разрабатываемым продуктом	От 0 до 5	
4	- Борд из 50 бизнес-идей (гипотез) о том, как «закрыть» выбранную «боль»	От 0 до 5	
5	- Визуализированный прототип, созданный по одной из сформированных гипотез	От 0 до 30	
6	- Заполненный шаблон бизнес-модели с использованием канвы А. Остервальдера	От 0 до 90 (от 0 до 10 баллов за каждый сегмент)	
7	Презентация проекта	От 0 до 10	
8	Ответы на дополнительные вопросы	От 0 до 50	
Итого:		От 0 до 250	

Проект считается успешно защищенным в случае, если команда набрала количество баллов, превышающее пороговое значение из таблицы:

Вид целевой категории	Проходной балл
Физические лица в возрасте до 30 лет, в том числе школьники;	125 баллов и более

Критерии выставления оценок обучающимся за презентацию разработанного проекта

1. Карта стейкхолдеров выбранной отрасли

5 баллов	если команда полностью заполнены оба сегмента (прямые заинтересованные лица и косвенные заинтересованные лица) команда может дать пояснения касательно вида заинтересованности каждого из указанных на борде агентов
3 балла:	заполнен один из сегментов, команда путается в мотивах заинтересованности агентов
1 балл:	команде сложно пояснить, почему на борде возник тот или иной агент и каким образом он заинтересован в обсуждаемой деятельности.

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

2. Карта удовлетворенности клиента (карта пути клиента или CJM): первичная и уточненная по результатам работы с отзывами, интервью с потенциальными клиентами и др.

Оценка	Критерии
5 баллов	Карта пути клиента основана на реальном опыте клиентов (учтены полученные в ходе практикума отзывы от реальных клиентов), имеет логичное начало и конец
3 балла	Карта пути клиента частично основана на реальном опыте клиентов. Частично учтены полученные в ходе практикума отзывы от реальных клиентов.
1 балл	Карта пути клиента основана на гипотезах и несёт неинформативный характер.

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

3. Портрет целевой аудитории (возможно несколько сегментов) с указанием «боли», которую планируется «закрыть» разрабатываемым продуктом

Оценка	Критерии
5 баллов	Описаны все критерии, каждый из них имеет несколько пунктов, информация обоснованная.
3 балла	Описаны все критерии, однако информации мало, либо она не имеет обоснования.
1 балл	Описана только часть критериев, необходимых для формирования портрета целевой аудитории.

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

4. Борд из 50 бизнес-идей (гипотез) о том, как «закрыть» выбранную «боль»

Оценка	Критерии
5 баллов	На борде есть 50 и более записей, как минимум половина выполнена по схеме постановки целей SMART
3 балла	На борде есть 50 и более записей. Часть записей сформулирована с использованием технологии SMART
1 балл	На борде есть 25 записей. Большинство записей сформированы в формате «пожелание».

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

5. Визуализированный прототип, созданный по одной из сформированных гипотез

Оценка	Критерии
30 баллов	Соответствует задаче, ориентирован на пользователя, инновационный
20 баллов	Соответствует задаче, ориентирован на пользователя
10 баллов	Соответствует задаче

6. Заполненный шаблон бизнес-модели

При оценке данного этапа модератор исходит из следующих ОБЩИХ требований:

- все присутствующие компоненты имеются в нашей действительности/повседневности;
- вы можете предположить, что такая услуга может заинтересовать кого-либо (даже если это пара человек из тысячи);
- все ячейки таблицы Остервальдера выстраиваются в понятную систему;
- в замысле бизнеса есть внутренняя логика.

6.1 Ключевые партнёры

Оценка	Критерии
10 баллов	Участники нашли ключевых партнёров в своём сегменте деятельности (из сегмента «Косвенные стейкхолдеры» В качестве партнёров обоснованно выбраны организации инфраструктуры поддержки бизнеса Нашли способы использования единой инфраструктуры
5 баллов	Нашли партнёров, но из сегмента другого вида деятельности Точки соприкосновения с партнёрами не закрывают реальных потребностей фирмы В качестве партнёров выбраны организации инфраструктуры поддержки бизнеса, но выбор не обоснован
0 баллов	Партнёры отсутствуют Выбранные в качестве партнёров организации инфраструктуры поддержки бизнеса выбраны произвольно и бессистемно

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.2 Потребительские сегменты

Оценка	Критерии
10 баллов	Участники верно определили целевую аудиторию своего проекта Участники верно определили проблематику, которую решает бизнес проект. Определён потребительский сегмент
5 баллов	Определили ЦА своего проекта Проект полностью не решает проблему ЦА
0 баллов	ЦА выбрана неправильно

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.3 Ценностные предложения

Оценка	Критерии
10 баллов	Идея продукта нова для современного рынка Идея имеет гибкий подход в изготовлении для разных потребительских сегментов Ценностное предложение выглядит логически законченным Учтены современные тренды
5 баллов	Идея продукта нова, но не учтены факторы производства и обслуживания Не учтены потребительские сегменты
0 баллов	Отсутствует новизна в предложении

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.4 Каналы сбыта

Оценка	Критерии
10 баллов	Учтены все 5 этапов сбыта : информационный, оценочный, продажный, доставка, постпродажный. Большинство каналов сбыта имеет отношение к современным реалиям. Используются интернет каналы сбыта.
5 баллов	Учтены не все каналы сбыта Учтены все каналы сбыта, но отсутствует логика Частично использованы интернет каналы сбыта.
0 баллов	Каналы сбыта выбраны не верно Не использованы интернет каналы сбыта.

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.5 Взаимоотношения с клиентом

Оценка	Критерии
10 баллов	Выбран верный тип взаимоотношения с клиентом в рамках данной бизнес-идеи Чётко обоснованы мотивы данных взаимоотношений Разработана концепция взаимоотношений на примере данной идеи

5 баллов	Выбран тип взаимоотношений с клиентом, но не учтены личные мотивы. Контент план не сформирован
0 баллов	Тип взаимоотношений не выбран

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.6 Потоки поступления дохода

Оценка	Критерии
10 баллов	Выбраны правильные способы создания потоков доходов для данной бизнес-идеи Проработаны механизмы ценообразования Юнит-экономика в разрезе доходов посчитана логично
5 баллов	Некоторые способы создания потоков дохода не коррелируют с данной бизнес-идеями Механизмы ценообразования не проработаны Юнит-экономика в разрезе доходов в целом системна
0 баллов	Потоки поступления доходов не учтены

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.7 Ключевые ресурсы

Оценка	Критерии
10 баллов	Ключевые ресурсы подобраны с учётом запроса ценностного предложения, каналов сбыта, потоков дохода. Есть чёткое понимание откуда будут взяты ключевые ресурсы : компания создаёт их сама, берёт из в наём, получает от ключевых партнёров.
5 баллов	Один из сегментов не был учтён в поиске ключевого партнёра. Отсутствует логика поиска ключевых ресурсов
0 баллов	Ключевые ресурсы не учтены в бизнес-модели

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.8 Ключевые виды деятельности

Оценка	Критерии
10 баллов	Выбрана правильная классификация ключевого вида деятельности Выбран правильный вид деятельности компании с учётом описанных сегментов ранее
5 баллов	Выбрана классификация ключевого вида деятельности Ключевой вид деятельности напрямую не связан с одним из сегментов бизнес-модели
0 баллов	Ключевой вид деятельности не имеет конкретного содержания

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

6.9 Структура издержек

Оценка	Критерии
10 баллов	Определён класс бизнес-модели

	Продуманы издержки в бизнес идеи Определены категории издержек, которые подходят к данной идеи. Юнит-экономика в разрезе затрат посчитана логично
5 баллов	Не учтены все издержки данной бизнес идеи Категории определены неправильно или не в полном объёме Юнит-экономика в разрезе затрат в целом системна
0 баллов	Издержки не учтены в данной бизнес идеи

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

7. Презентация проекта

Оценка	Критерии
10 баллов	Информативна, наглядна. Помимо этого выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал и укладывается в отведённое время.
5 баллов	Информативна, наглядна
3 балла	Информативна

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.

8. Ответы на дополнительные вопросы (5 вопросов)

Оценка	Критерии
50 баллов	Команда аргументировано и развернуто и конкретно отвечает на поставленные вопросы, может обосновать почему выбрала ту или иную организационно-правовую форму бизнеса и систему налогообложения
25 баллов	Команда отвечает на поставленные вопросы общими фразами, выбрала ту или иную организационно-правовую форму бизнеса и систему налогообложения основываясь на догадках
5 баллов	Команда практически не отвечает на поставленные вопросы по существу. Нет понимания о специфике той или иной организационно –правовой формы бизнеса и режимах налогообложения.

Возможны промежуточные значения. Выставляемый балл должен быть целым числом.