

Получаемые знания, навыки

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание раздела. Специалист должен:	
		знать	уметь
1	Бизнес-план	● 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 относительно используемых аудио, видео, графических и прочих материалов; ● доступные способы получения рецензии независимых компетентных экспертов на свою бизнес-идею (бизнес-план) ● способы и методы реализации исследовательской и проектной деятельности.	● различать типы бизнес-планов, ● 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; ● 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 ● демонстрировать экологическое мышление в разных формах деятельности.
2	Организация работы	● значение эффективного планирования и организации труда; ● значение организации эффективной деловой переписки и пересылки документов ● положения техники безопасности и охраны труда, лучшие практики; ● важность поддержания	● 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

		рабочего места в порядке, принципы оценивания и техники обеспечения качества. ● актуальность и востребованность на рынке труда формируемых бизнесом/бизнес-идеями.	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	● 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).	● 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; ● 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	● 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.	● 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 аудиторий для различных товаров/услуг; ● эффективно общаться с разными аудиториями и с разной целью; ● обосновывать и оценивать описание целевых аудиторий.
5	Бизнес-процесс	● Суть бизнес-процессов, которые управляют функционированием системы; ● Суть бизнес-процессов, которые составляют основной	● различать и структурировать для своего проекта управляющие, операционные и поддерживающие бизнес-процессы; ● обеспечивать проработку бизнес-процессов в полноте и логичности;

		бизнес компании и создают основной поток доходов; ● Суть бизнес-процессов, которые обслуживают основной бизнес; ● Аннотации, применяемые для моделирования бизнес-процессов; ● 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; ● Коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов.	● делать обоснованный выбор нотации, применяемой для моделирования бизнес-процессов в собственном проекте; ● описывать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы в рамках собственного бизнеса/проекта; ● строить диаграмму Ганта; ● эффективно объяснять бизнес-процессы разным аудиториям и с разной целью.
6	Маркетинговое планирование	● 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	● 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 продуктом для любого организованного отдела маркетинга. ● создавать маркетинг вирусного контента. ● маркетинг по влиянию. Платить людям, знаменитостям и нишам влиять на продвижение вашего бренда. Знание того, как координировать маркетинговую программу влияния. ● управлять проектами. Эффективность продаж. ● управлять бюджетом и финансовыми потоками. ● проводить холодные звонков. ● SMO, email-рассылки и сбор базы подписчиков. ● принципы создание контента

		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.	(Копирайтинг). Создавать все виды контента — сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографика, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы. ●медийная сеть. 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 ●создавать обратную связь с потребителями. Предоставление и получение отзывов. ●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 «Р»; ●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	●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	●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

		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 ООН; ● 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.	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; ● 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; ● предусматривать возможность дальнейшего развития/варианты выхода из проекта; ● осуществлять мотивацию персонала/участников бизнес-проекта; ● 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	● 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;	● 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

	●финансовые механизмы государственной поддержки и поддержки от институтов развития, в том числе программы Корпорации МСП, МСП-банка, Фонда «Сколково», Фонда развития промышленности, ФРИИ и другие; ●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 решения о выдаче кредита и как им соответствовать; ●почему могут заблокировать расчетный счет и что делать в такой ситуации; ●современные банковские технологии для бизнеса; ●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	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; ●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.
--	---	--

		анализа.	
9	Продвижение фирмы/проекта	● значимость официальной регистрации фирмы/компании; ● сущность основных организационно-правовых форм 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; ● основные правила подготовки деловых электронных презентаций; ● варианты организации и ведения бухгалтерского учета; ● знать рынки НТИ; ● 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 презентации с тщательностью и вниманием; ● 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	● адекватно оценивать финансовые и иные бизнес-риски, оперативно управлять ими; ● формулировать видение будущего масштабирования бизнеса; ● обоснованно выбирать наиболее подходящую организационно- правовую форму предпринимательской фирмы ; ● применять в повседневной практике инструменты планирования и контроля рабочего процесса фирмы; ● подготавливать необходимый пакет документов для регистрации ИП, или ООО, или НП и др.; ● 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 ; ● продвигать проект в различных ситуациях); ● организовывать рабочее место и поддерживать его в должном порядке; ● продуктивно работать в команде; ● вести деловые переговоры, обмениваться контактными данными; ● оформлять деловые письма; ● оформлять коммерческие предложения; ● работать с использованием e-mail; ● использовать в работе социальные сети, мессенджеры (WhatsApp, Viber и др.); ● использовать в работе Skype; ● вести деловые разговоры по телефону; ● вести деловые дневники; ● применять сведения о рынках НТИ. делать эффектные и эффективные

		презентации; ● как отвечать на вопросы после презентации.	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 терминологии 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.
--	--	--	--