МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА**

приглашает принять участие в работе

## Международного конкурса студенческих стартапов «Бизнес-генерация – 2022»

## в формате открытого очно - дистанционного участия

## 27 апреля 2022 г.

г. Брест

**Цель и задачи.**

Основной целью конкурса является создание нетворкинг-площадки для выявления и поддержки талантливых студентов, способных решать проблемы в социальной сфере, области бизнеса и экономики.

Задачи конкурса:

* отбор и оценка инновационных бизнес-идей студентов, развитие навыков креативного мышления и принятия нестандартных решений;
* моделирование и стимулирование духа конкуренции и соревновательности в рамках площадки олимпиады;
* развитие soft skills и навыков тимбилдинга у творческой молодёжи;
* формирование банка данных о перспективных студентах для компаний-партнёров, содействие их трудоустройству;
* выстраивание долгосрочных взаимоотношений с организациями-партнерами проекта.

**Участники конкурса.**

К участию в Конкурсе приглашаются команды, состоящие из 2-5 студентов, обучающиеся по программам очного обучения (бакалавриат, магистратура). Участники команды самостоятельно выбирают капитана. По желанию студентов у команды может быть коуч-консультант (преподаватель либо представитель бизнес-сообщества). Принимая предложение об участии в конкурсе, команды признают право организаций-партнеров на использование всех полученных идей и разработок.

**Порядок проведения этапов конкурса и система оценки.**

Конкурс проводится в формате презентации авторского стартап-проекта каждой командой с последующим его обсуждением (бизнес-полемикой). Бизнес-полемика предполагает вопросы со стороны команды, выбранной из числа участников и выполняющей роль предполагаемого инвестора/конкурента, и ответов на них со стороны презентующей стартап команды.

Конкурс предусматривает проведение отборочного этапа и финального состязания.

Сроки проведения этапов Конкурса:

* Предварительный, отборочный (заочный) этап – **с 04 апреля по 22 апреля 2022 г.**
* Финал. Презентация (питчинг) стартапа – **27 апреля 2022 г.**
* Объявление победителей – **29 апреля 2022 г.**

Для участия в Конкурсе команде-участнику **до 22 апреля 2022 г.** необходимо отправить заявку (Приложение 1) и краткое описание авторского стартап-проекта на адрес mim@bstu.by (для студентов БрГТУ, кроме этого, и в распечатанном виде). На одну команду оформляется одна заявка.

# Организационный взнос за участие в олимпиаде с участников не взимается.

Описание стартап-проекта должно быть оформлено в виде документа Microsoft Word, размер шрифта 12 pt, межстрочный интервал 1,5. Объем Описания не должен превышать 20 страниц. Титульный лист Описания должен содержать информацию об авторах стартапа, его название, наименование учебного заведения, подписи авторов, коуч-консультанта (если есть).

Задание отборочного этапа оценивается по следующим критериям:

* инновационность бизнес-идеи;
* востребованность продукта (услуги) рынком;
* творческий подход;
* аналитичность мышления;
* раскрытие темы;
* аргументированность заявленных позиций;
* презентация стартапа.

При подготовке к Конкурсу можно воспользоваться рекомендациями (Приложение 2), но не ограничиваться ими. Участники, прошедшие заочный этап Конкурса, приглашаются на онлайн- (для иногородних и иностранных) и офлайн-презентацию авторских стартапов, которая состоится в БрГТУ 27 апреля 2022г. Подключение к конкурсу иногородних и иностранных участников будет реализовано с использованием Google Meet.

Презентация должна быть оформлена в формате pptx программы Microsoft Office Power Point. Дополнительные материалы могут включать видеоматериалы длительностью до 3 минут (форматы avi, mp4). В названии файла необходимо указать ФИО капитана команды (руководителя, если есть).

По итогам 2-х этапов конкурсная комиссия на основе оценки предложенного стартап-проекта, его презентации, а также бизнес-полемики определяет победителей среди команд.

**Определение победителей.**

Бизнес-идею и презентацию стартапа оценивает конкурсная комиссия. В состав конкурсной комиссии входят: представители организаций-партнеров конкурса, преподаватели кафедры менеджмента. Члены конкурсной комиссии выставляют оценки каждой команде по критериям, приведенным ниже (максимальное количество баллов по критериям приведены в скобках):

|  |  |
| --- | --- |
| умение увидеть проблему, сформулировать цель и представить механизм ее решения | (0-3 балла) |
| оригинальность и новизна бизнес-идеи, инновационность модели  | (0-3 балла) |
| системный подход | (0-3 балла) |
| качество проведенного анализа рынка, логичность рассуждений и наличие причинно-следственных связей  | (0-5 баллов) |
| экономическое обоснование принятых решений | (0-5 баллов) |
| оформление работы (лексика, грамматика, стиль текста и т.п.)  | (0-3 балла) |
| качество презентации, командная работа | (0-5 баллов) |
| бизнес-полемика (защита собственной идеи – ответы на вопросы инвестора / конкурента) | (0-5 баллов) |
| бизнес-поединок (выступление в качестве инвестора / конкурента) | (0-5 баллов) |
| соблюдение тайм-регламента (временных рамок) | (– 5-0 баллов) |

**Подведение итогов конкурса и награждение победителей.**

Победителем конкурса становится команда, набравшая максимальное количество баллов. Результат объявляется в срок **до 29 апреля 2022 г.** Результаты конкурса будут опубликованы на сайте БрГТУ и доведены до каждого из иногородних и иностранных участников.

Победители конкурса:

– будут награждены грамотами;

– рекомендованы к участию во внешних стартап-мероприятиях;

– могут быть приглашены на стажировку в партнерскую организацию конкурса.

**Контактная информация.**

Республика Беларусь, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267, УО «Брестский государственный технический университет», кафедра менеджмента

Телефон:

+ 375-29 803-45-75

Контактные лица:

Гарчук Инна Максимовна, зав. кафедрой менеджмента, к.э.н., доцент кафедры менеджмента;

Максим Тимофеевич, к.э.н., доцент кафедры менеджмента;

Кулакова Лейла Омаровна, старший преподаватель кафедры менеджмента;

Будурян Татьяна Алексеевна, старший преподаватель кафедры менеджмента.

E-mail: mim@bstu.by

Приложение 1

**Заявка**

**команды-участника Международного конкурса**

**студенческих стартапов «Бизнес-генерация – 2022»**

|  |  |
| --- | --- |
| Капитан команды (ФИО студента полностью, высшее учебное заведение (полное и официальное сокращенное название, курс, специальность, факультет/институт в составе ВУЗа (полностью), телефон, электронная почта) |  |
| Члены команды(ФИО студента полностью, высшее учебное заведение (полное и официальное сокращенное название, курс, специальность, факультет/институт в составе ВУЗа (полностью), телефон, электронная почта) | 1. …
2. …
3. …
 |
| Название стартап-проекта |  |
| Коуч-консультант (если есть)(ФИО,высшее учебное заведение (полное и официальное сокращенное название)/организация, должность, ученая степень, ученое звание, телефон, электронная почта) |  |

*Приложение 2*

**Рекомендации по подготовке и презентации стартапа**

*(подготовлены для реальных стартаперов, но будут полезны и при подготовке*

*проектов-стартапов на Конкурс)*

**Презентация стартапа** (англ. pitch deck) — это набор из **10–15 слайдов**, содержащих краткое описание компании, ее бизнес-плана и философии. Такие презентации используются во время питчинга (англ. pitching), то есть доклада, цель которого — сообщить заинтересованным лицам (экспертам, инвесторам, соискателям и др.) важнейшую информацию о стартапе.

**Структура презентации**

Гай Кавасаки — отец концепции [маркетингового евангелизма](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BC), ранее главный евангелист бренда Apple. По его словам, презентация должна содержать не больше 10 слайдов. Он предлагает следующую структуру:

1. Название стартапа.
2. Проблема / возможность.
3. Предложение ценности.
4. Конкурентное преимущество.
5. Бизнес-модель.
6. Маркетинговый план.
7. Анализ конкурентов.
8. Руководство и команда.
9. Финансовые прогнозы и ключевые показатели.
10. Текущий статус: достижения, таймлайн, расход капитала (для конкурсантов не нужно!).

Мы не считаем, что ограничение числа слайдов способствует успеху выступления, поэтому количество, наполненность, контент и структура слайдов определяется каждой командой самостоятельно. Условно-логически можно подразделять структуру презентации на следующие разделы:

1. **Введение**. Знакомство с проектом, расстановка фигур на поле, обнаружение конфликта (боли / проблемы).
2. **Развитие**. Как стартап собирается перейти из точки А в точку Б; трудности на пути (конкуренты) и способы преодоления.
3. **Кульминация**. Почему инвестор должен вложиться в этот проект.

Как можно заметить, эта структура отвечает законам драматургии. Действительно, мы рекомендуем во время питчинга использовать сторителлинг — эффективный инструмент, который резко повысит качество доклада. Сухая фактология инвесторам не запомнится, а волнующая история заставит думать о проекте даже после окончания доклада.

**Раздел 1. Введение**

Содержание первых слайдов должно включать:

* название компании;
* ключевое для стартапа изображение;
* краткое описание.

**Примечание.** Ключевое изображение (англ. hero image) — то, что вы могли бы поместить на лендинг или главную страницу сайта, чтобы потребитель считал максимум информации о продукте.

Эти базовые сведения можно описать термином «[речь для лифта](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%B4%D0%BB%D1%8F_%D0%BB%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%B0)» (англ. elevator pitch). Так называется краткое приблизительно 30-секундное блиц-резюме, которое отвечает на вопросы:

1. Какой продукт предлагает этот стартап?
2. Какие преимущества есть у предлагаемого продукта?
3. Что это за стартап?
4. Какие самые важные цифры должны знать эксперты и потенциальные инвесторы?

На заглавном слайде желательно описать суть бизнеса в 8–10 словах — например, как это сделала компания Airbnb в презентации 2008 года: **«Бронируйте у местных, а не в отелях».**

Помимо базовой информации, нужно отразить во введении **боль потребителя.** Рассказ будет эффективнее, если обрисовать конкретную и яркую ситуацию, чтобы у ранее безликого потребителя появилось лицо. Продукт стартапа устраняет эту боль, поэтому далее приводится решение проблемы.

Важно говорить не о характеристиках продукта, а о выгоде потребителя. Выгода — это сэкономленные деньги или время, больше функций за ту же цену и другой реальный, ощутимый выигрыш. Характеристики — это описание того, что умеет продукт («Он делает X, Y, Z»).

Рекомендуется оформить информацию лаконичным маркерным списком. Не следует использовать больше трех пунктов — растянутое вступление снижает внимательность и заинтересованность слушателя.

**Раздел 2. Бизнес-модель**

Это ключевая часть презентации стартапа. Объемы рынка, портрет покупателя, стратегии заработка и расширения — вопросы, важные для любого потенциального инвестора. Чем нагляднее и короче объяснена бизнес-модель, тем успешнее пройдет питчинг.

Задача докладчика – доказать, что у стартапа есть спрос. По возможности стоит включить скриншоты из социальных сетей с отзывами потребителей, взволнованных предложением продукта.

Наконец, любой стартап должен знать, против кого играет. Невозможно произвести выгодное впечатление без тщательного изучения конкурентов. В докладе нужно выделить слабые стороны других игроков ниши и объяснить, чем стартап отличается в выгодную сторону, как решает аналогичные проблемы.

Список вопросов, на которые нужно ответить во втором разделе:

* Каковы объемы рынка?
* Каким образом стартап получает доход?
* Есть ли доказанный спрос на продукты стартапа?
* Кто является конкурентом стартапа?
* Чем предлагаемый продукт лучше конкурентного?

**Раздел 3. Вот почему вы должны вложиться (поверить в нашу идею)**

Идеи, концепция, даже бизнес-план могут лишь заинтересовать потенциального инвестора. Реальное решение вкладывать средства зависит от цифр, то есть реальных показателей «успеваемости». Конец презентации — лучший момент, чтобы привести впечатляющую статистику или **наметить грандиозные цели**.

В третьем заключительном разделе следует привести маркетинговый план: рассказать о краткосрочных и долгосрочных стратегиях привлечения клиентов, наглядно рассчитать стоимость лида и его [пожизненную ценность](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0).

Целевые ориентиры помогут потенциальному инвестору/эксперту разобраться в планах будущего развития. **Информация о команде** — второй самый просматриваемый слайд в питч-деках. Он позволяет оценить, есть ли у компании достаточные ресурсы и навыки для достижения намеченных ориентиров. Но если у вас нет менторов и сотрудников уровня упомянутого Кавасаки, можно не заострять внимание на оформлении.

Завершить доклад лучше чем-то запоминающимся — эпилогом, призывом к действию, слоганом. Если это устный доклад, в конце обязательно должно остаться время на Q&A.

Какие вопросы следует осветить в третьем разделе:

* Кто входит в команду стартапа?
* Кто основал стартап, есть ли мысли об инвесторах?
* Какие достижения стартап может назвать (для конкурсантов не нужно)?
* Как проект собирается привлечь клиентов?

Также рекомендуем изучить рекомендации по созданию стартапа здесь: <https://tilda.education/articles-create-succesful-startup>

**И помните, «краткость – сестра таланта»! У вас есть 8-10 минут, чтобы убедить экспертов, что перед ними крутой стартап! Успехов, ребята!**