



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Межрегиональная олимпиада для школьников «Высшая проба»: Основы бизнеса

к.э.н., доц. кафедры Маркетинг фирмы
ПОРОТНИКОВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
руководитель Организационного комитета факультета
бизнеса и менеджмента
porotnikova@hse.ru



Олимпиада по основам бизнеса – цели и организация

Основная цель олимпиады – развитие знаний, аналитических и креативных способностей школьников, необходимых для создания и управления бизнесом.

В методическую комиссию Олимпиады входят известные российские ученые, исследователи и общественные деятели (И.Р. Агамерзян, И.В.Липсиц, Н.Б.Филинов), доктора и кандидаты наук, авторы учебников и учебных пособий, а также лучшие преподаватели НИУ ВШЭ, МГУ, ГУУ и ряда других ведущих университетов России, бизнесмены и эксперты институтов поддержки развития бизнеса в России.

Подробнее – <https://olymp.hse.ru/mmo/business>



Олимпиада по основам бизнеса – преференции при поступлении

При поступлении на бюджетное место в Вышку одиннадцатиклассники, ставшие дипломантами олимпиады, получают баллы за индивидуальные достижения в дополнение к результатам ЕГЭ (5 баллов — победители, 4 балла — призеры), а при поступлении на платное место — скидки при оплате обучения.

Основная информация -

<https://olymp.hse.ru/mmo/business>



Самые востребованные у работодателей факультеты крупнейших университетов РФ

№	Вуз	Факультет	%
1-3	МГУ им. М. В. Ломоносова	Экономический факультет	68.6%
1-3	НИУ ВШЭ	Факультет бизнеса и менеджмента	68.6%
1-3	НИУ ВШЭ	Факультет экономических наук	68.6%
4	МГУ им. М. В. Ломоносова	Механико-математический факультет	60.8%
5	ФУ при правительстве РФ	Финансово-экономический	58.8%
6	МГУ им. М.В. Ломоносова	Факультет вычислительной математики и кибернетики	56.9%
7-8	СПбГУ	Институт «Высшая школа менеджмента»	51.0%
7-8	СПбГУ	Экономический факультет	51.0%
9-11	МГТУ им. Н. Э. Баумана	Инженерный бизнес и менеджмент (ИБМ)	49.0%
9-11	МГУ им. М. В. Ломоносова	Высшая школа бизнеса (факультет)	49.0%
9-11	РЭУ им. Г. В. Плеханова	Факультет менеджмента	49.0%
12-15	МГИМО МИД РФ	Международные экономические отношения	47.1%
12-15	МГТУ им. Н. Э. Баумана	Информатика и системы управления (ИУ)	47.1%
12-15	РЭУ им. Г. В. Плеханова	Финансовый факультет	47.1%
10-15	ФУ при правительстве РФ	Менеджмент	47.1%
16	НИУ ВШЭ	МИЭФ	45.1%

Источник: <http://kommersant.ru/doc/3200958>

Рейтинг "Лучшие работодатели 2016" компании Future Today, при содействии McKinsey и под наблюдением крупнейших российских работодателей



Основная литература: обществознание и экономика

Олимпиада опирается на **школьную программу по обществознанию** (разделы – «Экономика», «Социальные отношения», «Право»), расширяя ее рамки современными подходами ведения бизнеса.

Выполнение олимпиадных заданий потребует от школьников не только уверенного владения теоретическим материалом, но и умения **творчески применять его при анализе современного бизнеса и практических бизнес-ситуаций.**

Основная литература изучается в рамках школьной программе (Обществознание, Экономика), все **учебники – из списка рекомендованных Министерством образования для средних школ.**

См. Перечень и содержание тем (!!)



Олимпиада по основам бизнеса: материалы для подготовки

Материалы для подготовки (основы бизнеса)

[Общая информация](#)

Материалы для подготовки

[Задания и решения](#)

[Результаты и критерии](#)

[Работы дипломантов](#)

2017/2018 учебный год

	Отборочный этап	Заключительный этап
9 класс	PDF Перечень и содержание тем	
	PDF Демонстрационный вариант	

<https://olymp.hse.ru/mmo/materials-business>



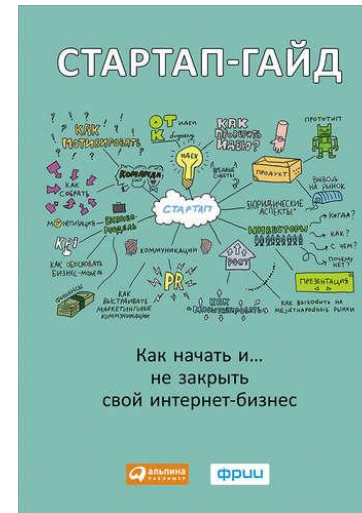
Основная литература: бизнес



Александр Остервальдер (Alex Osterwalder)



«Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса»,
Ронда Абрамс



"Стартап-гайд. Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес" -
Зобнина М. Р.



Основная литература: бизнес-практика

- Электронные ресурсы:
- <https://secretmag.ru>
- www.forbes.ru
- www.kommersant.ru/rubric/4
- <https://rb.ru>
- <https://vc.ru>
- <https://smbn.ru/msp>
- www.vedomosti.ru/rubrics/business
- www.vedomosti.ru/rubrics/management



Олимпиада по основам бизнеса: структура заданий

- Раздел 1 БИЗНЕС И МОДЕЛИ БИЗНЕСА
- Раздел 2. ФИРМА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ.
ФИНАНСЫ ФИРМЫ
- Раздел 3. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ
- Раздел 4. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА
- Раздел 5. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕСА

<https://olymp.hse.ru/mmo/materials-business>

Бизнес-модели: что нужно знать и понимать?

Макет бизнес модели

Предназначен для

Разработан

День Месяц Год

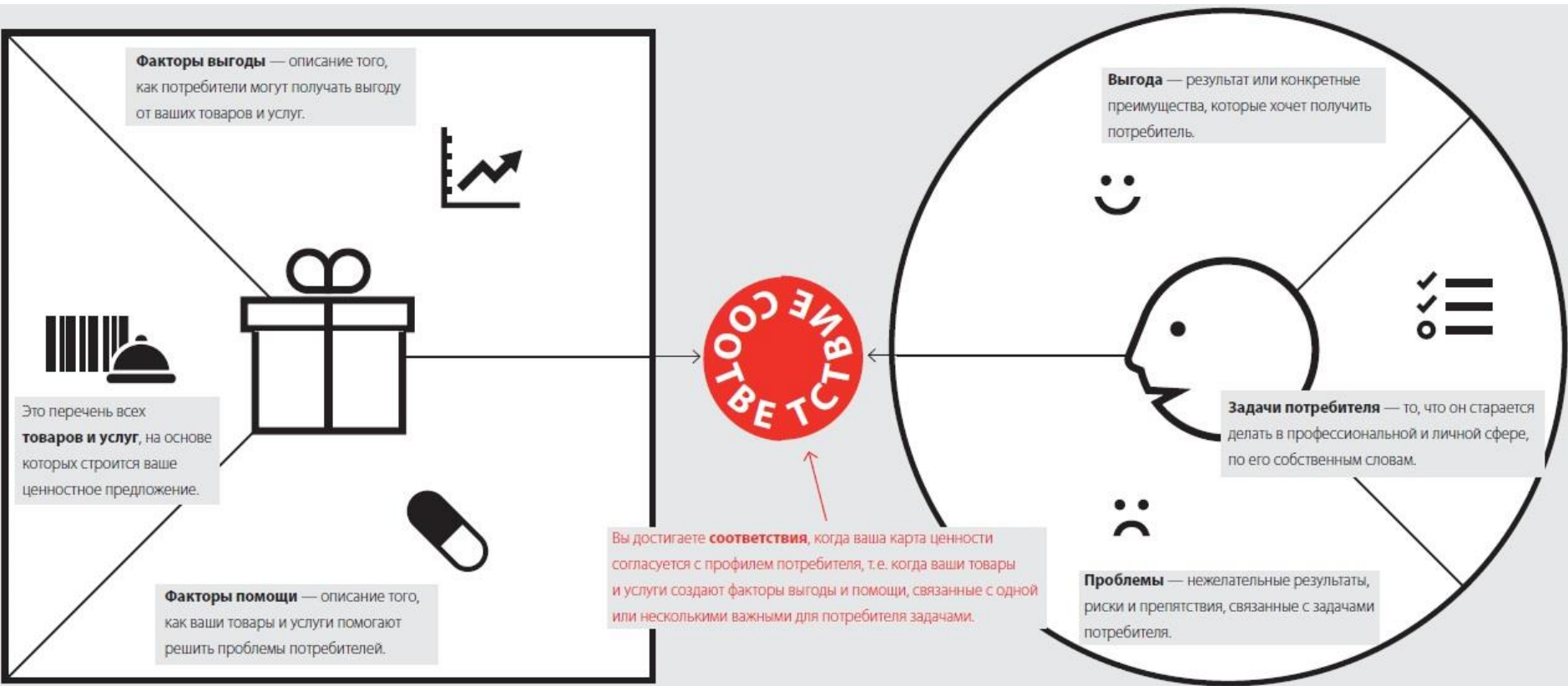
Итерация №

<h3>Ключевые партнеры</h3> <p>Кто наши ключевые партнеры? Кто наши ключевые поставщики? Какие ключевые ресурсы мы получаем от партнеров? Какими ключевыми активностями занимаются партнеры?</p> <p>мотивация для сотрудничества: Оптимизация и экономия Уменьшение риска и неопределенностей Получение конкретных ресурсов и активностей</p>	<h3>Ключевые активности</h3> <p>Какие активности нужны для придания значимости продукту? Для каналов поставок? Для построения отношений с заказчиком? Получения прибыли?</p> <p>категории Производство Решение проблем Планирование/Установление связей</p>	<h3>Достоинства предложения</h3> <p>В чем ценность продукта для заказчика? Какие проблемы мы помогаем решать? Какие группы продуктов и сервисов мы предоставляем пользовательскому сегменту? Какие нужды заказчика мы удовлетворяем?</p> <p>характеристики Новизна Производительность Подстройка под клиента "Работает" Дизайн Статусность/Бренд Цена Уменьшение затрат Уменьшение рисков Доступность Удобство</p>	<h3>Отношения с заказчиком</h3> <p>Какие взаимоотношения с нами ожидает получить каждый представитель пользовательского сегмента? Какие из них уже установлены? Как они интегрируются с основной бизнес-моделью? Насколько они затратны?</p> <p>примеры Персональная поддержка Удаленная поддержка Самообслуживание Сообщества Совместная разработка</p>	<h3>Пользовательские сегменты</h3> <p>Для кого мы делаем продукт значимым? Кто наш главный потребитель?</p> <p><i>Массовый рынок Нишевый рынок Сегментированный Разнообразный Многоцелевой</i></p>
<h3>Структура затрат</h3> <p>Каковы самые значительные затраты в нашей модели? Какие из ключевых ресурсов самые дорогие? Какие из ключевых активностей самые дорогие?</p> <p>ваш бизнес больше: зависит от затрат (скудная структура затрат, низкая оценка значимости продукта, максимальная автоматизация) зависит от продукта (нацеленность на создание качественной продукции, продукт на первом месте)</p> <p>примеры характеристик: Фиксированные затраты (зарплаты, аренда, различные платежи) Непостоянные затраты Экономия на различных уровнях</p>	<h3>Ключевые ресурсы</h3> <p>Какие ресурсы нужны для придания значимости продукту? Для каналов поставок? Построения взаимоотношений с заказчиком? Получения прибыли?</p> <p>типы ресурсов Физические Интеллектуальные Человеческие Финансовые</p>		<h3>Каналы поставки</h3> <p>Через какие каналы будет происходить поставка в пользовательский сегмент? Как происходит это сейчас? Насколько эти каналы интегрированы? Какой работает лучше? Какой наиболее экономически эффективен? Как ими пользуется потребитель?</p> <p>этапы поставок 1. осознание 2. Оценка 3. Закупка 4. Доставка 5. Последующий этап</p>	

<h3>Источники доходов</h3> <p>За что именно в продукте платят потребители? За что они платят сейчас? Как они оплачивают продукт сейчас? Как бы они хотели оплачивать? Сколько привносит каждый из источников в итоговый доход?</p> <table border="0"> <tr> <td>типы</td> <td>фиксированный расчет цен</td> <td>динамический расчет цен</td> </tr> <tr> <td>Продажа активов</td> <td>Цена по преискуранту</td> <td>негоциация</td> </tr> <tr> <td>Плата за использование</td> <td>Зависимость от сегмента</td> <td>Управление доходами</td> </tr> <tr> <td>Плата за подписку</td> <td>Зависимость от версии</td> <td>Real-time рынок</td> </tr> <tr> <td>Аренда</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Реклама</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	типы	фиксированный расчет цен	динамический расчет цен	Продажа активов	Цена по преискуранту	негоциация	Плата за использование	Зависимость от сегмента	Управление доходами	Плата за подписку	Зависимость от версии	Real-time рынок	Аренда			Реклама			<h3>Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора</h3> <p>Александр Остервальдер (Osterwalder Alexander), Ив Пинье (Pigneur Yves)</p>
типы	фиксированный расчет цен	динамический расчет цен																	
Продажа активов	Цена по преискуранту	негоциация																	
Плата за использование	Зависимость от сегмента	Управление доходами																	
Плата за подписку	Зависимость от версии	Real-time рынок																	
Аренда																			
Реклама																			



Маркетинг: источники (1)



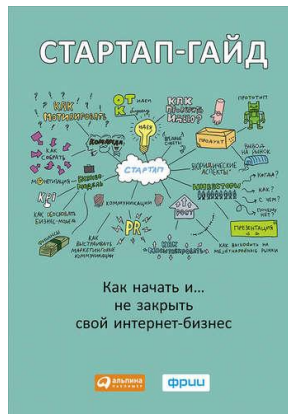
Остервальдер Александр, Пинье Ив, Бернарда Грег.
Разработка ценностных предложений. Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители



Маркетинг: источники (2)



Обществознание. 11 класс.
Модульный триактив-курс. ФГОС.
Автор: Котова, Лискова.



"Стартап-гайд. Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес" -
Зобнина М. Р.

Ключевые понятия:

Тема 4.1. Рынок, потребители и конкуренты
Доля рынка. Конкуренты и конкурентные преимущества. Потребности, классификация потребностей (А.Маслоу). Сегментирование рынка. Целевая аудитория. Критерии выделения целевых сегментов.

Тема 4.2. Инструменты маркетинга
Концепция «4P» в маркетинге. Понятия «продукт», «жизненный цикл продукта». Механизм цен, ценообразование. Каналы продаж. Дистрибуция. Мерчендайзинг: сущность и задачи. Реклама и продвижение. **Воронка продаж.** Маркетинг в цифровой среде.

(11й класс) Тема 4.3. Понятия бренда и лояльности потребителя

Понятие бренда и торговой марки. Понятия удовлетворенности и лояльности потребителей. Программы лояльности клиентов.



Разбор заданий: Точка безубыточности Break-Even Point (BEP)

- *это объем продаж, при котором прибыль равна нулю.*

$$BEP = FC / (P - AVC)$$

Критически важный показатель для нового бизнеса, т.к. дает понимание, когда он выйдет на прибыльность!



Задача 4, 11й класс, демо

Компания рассматривает возможность проведения благотворительного концерта. Предполагаемая цена билета 5 тыс. руб. Сколько билетов надо продать, чтобы сформировать отчисления в благотворительный фонд в размере 1000 тыс. руб. при следующих издержках:

- зарплата организаторов концерта — 100 тыс. руб.;
- аренда концертного зала — 500 тыс. руб.;
- реклама — 150 тыс. руб.;
- прочие расходы — 100 тыс. руб.

Варианты ответов:

- 200
- 300
- 370
- 570



Задача 4, 11й класс, демо

Постоянные затраты (FC) = $100+500+150+100 = 850$ руб.

Отчисления в благотворительный фонд = 1 млн. руб.

Необходимое количество проданных билетов на концерт = $(850 + 1\,000) / 5 = 370$ шт.



Регистрация на олимпиаду:

- Регистрация - до 20 ноября включительно
<https://olymp.hse.ru/mmo/2018/instr-reg>
- Чтобы зарегистрироваться на отборочный этап, необходимо войти на страницу олимпиады, заполнить регистрационную форму, **получить логин и пароль к личному кабинету**. Но это только первый шаг.
- **Важно сделать второй шаг** — используя логин и пароль, войти в личный кабинет и выбрать предметные олимпиады, в которых планируется принять участие.
- Участник также должен **ввести свои персональные данные** (паспортные данные, адрес, номер школы), а затем **загрузить в личный кабинет электронную копию документа, подтверждающего статус учащегося, и электронную копию** согласия на обработку персональных данных. Это **требование новое** даже для тех, кто принимает участие в «Высшей пробе» не первый год.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

101000, Россия, Москва, Мясницкая ул., д. 20

Тел.: (495) 621-7983, факс: (495) 628-7931

www.hse.ru