



РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ

Всероссийской олимпиады школьников «Высшая проба»
по профилю «Основы бизнеса» для 9, 10, 11 класса

2025/2026 уч. г.



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Рекомендации для участников олимпиады «Высшая проба» по профилю «Основы бизнеса».

1. Аннотация

Профиль "Основы бизнеса" направлен на выявление талантливых школьников, увлечённых бизнесом, предпринимательством и экономикой, обладающих хорошими аналитическими способностями и критическим мышлением, которые позволят принимать взвешенные и обоснованные управленческие решения.

Профиль «Основы бизнеса» идеально подойдет тем, кто участвует в других олимпиадах по экономике, обществознанию, финансовой грамотности, предпринимательству, но хочет использовать свои аналитические навыки для решения прикладных бизнес-задач и кейсов. Многие конкурсы по предпринимательству являются командными и позволяют проверить способности придумывать и упаковывать идеи. Отличие данного профиля от других олимпиад заключается в несколько ином подходе к заданиям, которые включают знания из разных функциональных областей менеджмента. Особенностью также являются задания, требующие специализированных знаний, критического мышления и аналитических способностей, которые позволят найти верное решение бизнес-ситуациям на основе представленной информации.

Олимпиада проходит в два этапа:

- **Первый (отборочный) этап** — это проверка знаний, которые включают школьные курсы по экономике, проектному управлению, финансам, а также эрудированность, насмотренность и осведомленность текущими бизнес и экономическими событиями и новостями. Этот этап проводится в онлайн-формате, где участники проходят тестирование в назначенное время. Для участия в отборочном этапе необходимо предварительно зарегистрироваться.
- **Второй (заключительный) этап** — аналитический. Здесь предстоит проявить свои креативные и навыки критического мышления. Финал олимпиады проходит в очном формате, и задания включают задания-кейсы, в рамках каждого из которых участники смогут продемонстрировать умение логически рассуждать, делать выводы на основе расчетов и анализа данных по различным функциональным областям менеджмента - стратегический менеджмент, управление человеческими ресурсами, финансовый менеджмент, маркетинг, логистика и технологическое предпринимательство.

2. Структура варианта олимпиадных заданий

Олимпиада по профилю “Основы бизнеса” проводится для учеников 9–11 классов. Ученики более младших классов могут быть допущены к состязанию при условии решения задач за выбранный класс на общих основаниях.

2.1. Структура варианта олимпиадного задания отборочного этапа.

Типы заданий.

· В рамках отборочного этапа по профилю “Основы бизнеса” присутствуют **задания нескольких типов:**

- **вопросы с множественным выбором ответа,**
- **вопросы на сопоставление понятий,**
- **вопросы типа верно/неверно,**
- **открытые вопросы с кратким ответом,**
- **открытые вопросы с развернутым ответом**

Количество и вес заданий в итоговой оценке:

- Общее количество заданий отборочного этапа – **17**.
- Задания разных типов представляют собой вопросы разной сложности и оцениваются по-разному.
- Максимальный балл за каждую категорию заданий:
 - вопросы с множественным выбором ответа – 5 баллов,
 - вопросы на сопоставление понятий – 5 баллов,
 - вопросы типа верно/неверно – 4 балла,
 - открытые вопросы с кратким ответом – 6 баллов,
 - **открытые вопросы с развернутым ответом – 20 баллов.**

Критерии оценивания заданий:

- Оценивается правильность внесенного ответа.

- Задания с развернутым ответом могут быть решены и раскрыты частично, выполненная часть задания будет оценена.

2.2. Структура варианта олимпиадного задания заключительного этапа.

Типы заданий:

- В рамках заключительного этапа по профилю “Основы бизнеса” присутствуют **только задания с открытым ответом**. Решение задач производится на бумажных листах без использования компьютера.
- Задания могут быть междисциплинарными и содержать в себе вопросы, объединяющие в себе темы по нескольким функциональным областям менеджмента.
- Задания являются аналитическими, поэтому нахождение каждого ответа должно сопровождаться подробной аргументацией. Участником должны быть приведены все необходимые для объяснения логики решения формулы, определения и аналитические обоснования.
- Некоторые задания могут содержать внутри себя несколько вопросов, на которые необходимо дать ответ. Каждый отдельный вопрос может быть решен независимо от других и соответственно оценен.
- Каждое задание может быть решено частично, выполненная часть задания будет оценена.

Количество, сложность заданий и вес заданий в итоговой оценке:

- Общее количество заданий заключительного этапа – 5-7 заданий.
- Максимальный балл за каждое задание – от 15 до 25 баллов.

Критерии оценивания заданий:

- Оценивается правильность ответа.
- Оцениваются аналитические навыки участника.
- Оценивается полнота знаний участника в рамках предметной области задачи
- Оценивается логика решения задачи и качество обоснования решения задачи с представлением всех необходимых для объяснения логики решения понятий, формул, аналитических обоснований.
- Оценивается корректность выполнения арифметических операций и вычислений.
- В каждой задаче критерии оценивания могут быть уточнены и конкретизированы в соответствии с критериями оценивания, описанными выше.

3. Перечень и содержание тем.

Перечень и содержание тем:

Часть 1. Понятие менеджмента и его основные направления.

Тема 1. Основные понятия, цели и задачи менеджмента.

Менеджмент как вид деятельности. Объект и субъект управления. Результативность и эффективность процесса менеджмента. Основные управленческие функции менеджмента (планирование – организация – руководство – контроль). Понятие организации. Концепция организации и ее развитие в 21 веке.

Тема 2. Стратегический менеджмент

Цели бизнеса. Стратегии бизнеса. Окружение организации и анализ внешней среды. Анализ отраслевой структуры и прибыльности отрасли. Конкуренция: как силы конкуренции влияют на стратегию. Выявление сильных и слабых сторон компании. Особенности менеджмента международных компаний.

Тема 3. Маркетинг фирмы и маркетинговые коммуникации

Маркетинг как деятельность. Функции маркетинга в компании. Концепция 4Р. Исследование потребителей. Сущность клиентоориентированной компании. Деятельность фирмы в цифровой среде. Интернет-коммуникации: сайт, социальные сети. Омниканальность.

Тема 4. Анализ рынка и отрасли

Описание отрасли, в которой функционирует компания, особенности государственного и правового регулирования выбранной отрасли. Матрица General Electric/McKinsey; Описание роли и значимости выбранной компании в отрасли. Ключевые аспекты анализа внешней среды, необходимые для маркетингового анализа: SWOT-анализ и PEST-анализ. Использование SWOT-анализа для стратегических решений. Этапы проведения SWOT-анализа.

Тема 5. Управление проектами

Что такое проект. Признаки проекта. Место и роль управления проектами в управленческой деятельности. Участники проекта. Роль и функции основных участников.

Взаимодействие участников проекта. Процессы управления проектами: инициация, планирование, выполнение, контроль и завершение проекта.

Тема 6. Управление человеческими ресурсами

Подбор и адаптация персонала. Мотивация и стимулирование персонала. Обучение и развитие персонала. Оценка персонала. Управление талантами. Управление конфликтами. Управление командой. Лидерство.

Часть 2. Основы предпринимательства.

Тема 1. Понятие предпринимательства.

Понятие предпринимательства. Преимущества и недостатки предпринимательской деятельности. Задачи, которые должен решать предприниматель.

Тема 2. Создание нового бизнеса. Бизнес-план.

Причины неудач новых бизнес-проектов. Основа для бизнес-идеи: продукт, услуги, сопровождающие продукты, нематериальные атрибуты фирмы и продукта. Структура и задачи бизнес-плана. Основные ошибки при построении бизнес-плана. Бизнес-модель. Оценка размера рынка, потенциальной выручки и возможных расходов.

Тема 3. Организация продаж и развитие бренда.

Особенности продаж для нового предприятия. Модель продаж и ценообразование. Бренд как средство увеличения продаж. Техники рекламы продукта для стартапа.

Тема 4. Финансирование нового бизнеса.

Источники финансирования запуска бизнеса: их достоинства и недостатки. Определение точки безубыточности. Запас финансовой безопасности.

Тема 5. Инновации и технологическое предпринимательство.

Генерация идей. Валидация проблемы (Customer Development). Ценностное предложение. Ресурсы. Планирование проекта. Юнит-экономика. MVP (что такое «минимальный жизнеспособный продукт» (minimum viable product или MVP), и чем он отличается от прототипа. Современные технологии: AR/VR, блокчейн, генеративный искусственный интеллект, робототехника

Часть 3. Основы маркетинга

Тема 1. Введение в маркетинг

Определение и ключевая сущность маркетинга; Основные этапы развития маркетинга; Основные функции, задачи и инструменты маркетинга; Современные направления маркетинга;

Тема 2. Поведение потребителей

Анализ целевой аудитории. Подробная характеристика целевой аудитории, с ее последующим сегментированием (географические, демографические, социально-экономические, психографические и другие критерии сегментирования);

Характеристика потребителя с помощью методики 5W (What? Who? Why? When? Where?); Создание портрета потребителя; Анализ и выявление дополнительных категорий потенциальных потребителей, кому могла бы быть интересна данная продукция или услуга; Создание сценария мероприятия «тайный покупатель» для выбранной компании и изучение опыта потребителя путем построения карты взаимодействия с товаром/продуктом компании;

Тема 3. Маркетинговая стратегия и СТП

Логика модели СТП (Сегментирование, таргетирование и позиционирование). Понимание сегментации и сегментов. Уровни сегментации. Основные критерии сегментации. Признаки эффективной сегментации. Формирование и определение профиля сегмента. Понимание таргетирования (выбора целевой аудитории). Определение позиционирования. Роль СТП в маркетинговой стратегии компании.

Тема 4. Продуктовая стратегия

Определение товара и его характеристики. Мультиатрибутивная модель товара. Концепция ЖЦТ (жизненного цикла товара). Цели маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Понятие товарного ассортимента. Место продуктовой стратегии в рамках модели маркетинг-микс. Стратегии товарного ассортимента. Диффузионный процесс распространения инноваций на рынке. Скорость диффузионного процесса. Матрица БКГ.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации

Процесс маркетинговых коммуникаций. Особенности передачи коммуникационного сообщения от отправителя получателю. Показатель СРМ. Репутационный аудит. Модель AIDAS. Типы сообщений в типологии Дункана. Основные виды интернет-маркетинга. Прямые продажи. Ключевые виды социальных медиа. PR и его основной инструментарий. ATL-каналы коммуникации. BTL-каналы коммуникации. TTL- каналы коммуникации. Путь потребительского решения. Методы определения лидеров мнений.

Тема 6. Маркетинговое планирование

Понимание стратегических и тактических целей. Основные критерии формирования хорошей цели. «Каскадирование целей». Структура маркетингового плана. Подходы к работе с сегментами и их отличия. Маркетинг-микс (4P, 7P), его сущность и способы применения. Подходы к построению маркетингового бюджета. Группы факторов, влияющие на ценообразование. Дифференциация цен. Виды ценовой дифференциации и их отличия. Верхний и нижний пороги цен.

Часть 4. Основы логистики

Тема 1. Логистика как фактор развития общества и достижения конкурентных преимуществ компаний на современных рынках

Основные задачи логистики. Эволюция логистики. Логистика как фактор цивилизационного развития. Логистика как фактор конкурентной борьбы. Современные логистические системы и стратегии. Будущее логистики.

Тема 2. Инновационные технологии в логистике

Современные технологические решения в логистике. Управление запасами, инфраструктурой и персоналом. Зеленая логистика

Тема 3. Перспективные направления развития логистики в различных отраслях экономики

Сити-логистика. Логистика розничной торговли. Логистика электронной коммерции. Логистика товаров повседневного спроса. Логистика в фармацевтике и здравоохранении. Логистика добывающей промышленности. Рынок логистических услуг.

Часть 5. Основы финансов.

Тема 1. Инвестиции.

Инвестиционное профилирование. Формирование инвестиционного портфеля. Пересмотр инвестиционного портфеля.

Тема 2. Налоги и почему их надо платить.

Какие бывают налоги и зачем они нужны. Налоговые органы. Налогообложение физических лиц и предприятий.

Тема 3. Основы бухгалтерского учета в бизнесе.

Основное балансовое уравнение. Основные средства и амортизационные расходы. Заработная плата. Уставный капитал. Классификация затрат. Себестоимость. Бюджетирование.

Тема 4. Финансирование бизнеса и ценные бумаги.

Векселя, облигации, долговые ценные бумаги. Биржа и брокеры. Долевые ценные бумаги, акции. Кредиты и займы.

4. Рекомендуемая литература для подготовки и другие источники

Основная литература:

1. Боголюбов Л.Н., Аверьянов Ю.И., Белявский А.В. и др. / Под ред. Боголюбова Л.Н., Лазебниковой А.Ю., Телюкиной М.В. Обществознание (базовый уровень). Учебник для 10 кл. - М.: Просвещение, 2016.
2. Киреев А.П. Экономика (углублённый уровень) 10-11 класс М.: Вита-Пресс 2017
3. Киреев А.П. Финансовая грамотность: материалы для учащихся. 10–11 классы общеобразоват. орг., социально-экономический профиль. – М.: ВАКО, 2020.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. Санкт-Петербург : Питер, 2018.
5. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок. Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2004.
6. Основы управления персоналом : учебник / А.Я. Кибанов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019.

7. Образовательная программа Школьного акселератора Сбера
<https://schoolaccel.sberclass.ru/>
8. Новости и аналитические отчеты РБК, Ведомости, Forbes, Эксперт и др.

Дополнительные источники:

1. Джеффри Лайкер. Дао Toyota. 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. ООО «Альпина Паблишер». 2015.
2. Джим Коллинз. От хорошего к великому: почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. Манн, Иванов и Фербер, 2017.
3. Эрик Шмидт, Джаред Коэн. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств. Манн, Иванов и Фербер, 2013.
4. Якокка Ли. Карьера менеджера. Минск: Попурри, 2011
5. Джонсон С. Джеймс, Вуд Ф. Дональд, Вордлоу Л. Дэниел, Мэрфи-мл. Р. Поль. Современная логистика. Седьмое издание. Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2002.
6. Поведение потребителей / Меликян О.М., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2018.
7. Александр Афанасьев, Андрей Бодрейший, Сергей Краснов. Нескучные финансы. Как управлять бизнесом на основе цифр и не сойти с ума. - Питер, 2021.
8. Главный учебник HR в мире, Армстронг, М., 2019