

Общество с ограниченной ответственностью
«Проектная школа»

445028 г.Тольятти, б-р Королёва, д.13, оф.218 тел. (8482) 201816
E-mail: office@100lines.ru

УТВЕРЖДАЮ
Директор ООО «Проектная школа»

_____ Е.Н.Миронов

«15» февраля 2020 г.
Программа принята на основании

Протокол №1 от 15 «февраля» 2020 г.

АКСЕЛERAЦИОННАЯ ПРОГРАММА

**« Школьник- предприниматель.
Основы бизнеса за 12 недель»**

Срок обучения: 48 академических часов

Авторы-составители: **Миронов Е.Н., Шварцбурд М.Ц.**

Тольятти, 2020

1. Цель обучения

Дать подросткам основные знания и умения, необходимые для запуска собственного бизнеса или стартапа.

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- проводить «мозговой штурм» и нарабатывать бизнес-идеи;
- искать, подбирать и формировать команду, работать в команде, разделившись по ролям;
- создать бизнес-модель;
- разработать минимальный жизнеспособный продукт;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- проводить опрос потребителей;
- оценивать поведение покупателей;
- продать MVP группе покупателей;
- самостоятельно искать источники финансирования;
- планировать и контролировать движение денежных средств;
- презентовать себя и свой проект.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- концепции рыночной экономики;
- отличие бизнеса от стартапа;
- виды, продуктов и услуг;
- принципы и функции маркетинга;
- этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга;
- методы маркетинговых исследований;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель покупательского поведения;
- стратегию разработки нового товара;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования;
- цели и средства маркетинговой коммуникации;
- основы рекламной деятельности;
- основные организационно-правовые формы;
- системы налогообложения;
- принципы ораторского мастерства;
- схему эффективной презентации

3. Форма обучения

По выходным. 12 занятий по 4 академических (3 астрономических) часа

4. Основные методы работы

Используются активные формы и методы проведения занятий, в том числе кейс-технологии, деловые и ролевые игры с подбором претендентов на различные роли, самоанализ, групповое обсуждение, и пр.

5. Содержание обучения

Количество часов на освоение программы: 48

№	Наименование тем	Часы
1.	Что нас ждёт в ближайшем будущем? Цифровая экономика.	4
2.	Теория по созданию современных продуктов. Как не сделать то, что не нужно потребителю.	4
3.	Генерация идей. Какая бизнес-идея «выстрелит» и как понять, стоит ли этой идеей заниматься. Jobs to be done	4
4.	Минимальный жизнеспособный продукт	4
5.	Маркетинг для первых продаж	4
6.	Моделирование рынка. Игра	4
7.	Для чего стартапу деньги. Учёт ДДС в стартапе	4
8.	Где найти источники финансирования	4
9.	Как убедить инвесторов поверить в твой проект? Основы ораторского мастерства	4
10.	Техническая подготовка презентации	4
11.	Elevator Pitch. Будь готов!	4
12.	Презентация проекта инвесторам	4
	ИТОГО	48

6. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований в производственной деятельности.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Уметь:</p> <p>проводить «мозговой штурм» и наработать бизнес-идеи; искать, подбирать и формировать команду, работать в команде, разделившись по ролям; создать бизнес-модель; разработать минимальный жизнеспособный продукт; проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; проводить опрос потребителей; оценивать поведение покупателей; продать MVP группе покупателей; самостоятельно искать источники финансирования; планировать и контролировать движение денежных средств; презентовать себя и свой проект.</p>	<p>Фронтальный опрос Индивидуальный опрос Составление схем производства и продажи Заполнение бизнес-модели Презентация Продажа товара/услуги целевой аудитории</p>
<p>Знать:</p> <p>концепции рыночной экономики; отличие бизнеса от стартапа; виды продуктов и услуг; принципы и функции маркетинга; этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга; методы маркетинговых исследований; критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке; модель покупательского поведения; стратегию разработки нового товара; природу и цели товародвижения, типы посредников; ценовые стратегии и методы ценообразования; цели и средства маркетинговой коммуникации; основы рекламной деятельности; основные организационно-правовые формы; системы налогообложения;</p>	<p>Фронтальный опрос Индивидуальный опрос Подготовка отчётов и исследований Составление схем Заполнение таблиц</p>

7. Требования к минимальному материально-техническому

обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия **учебного кабинета**

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места обучающихся – 15;
- рабочее место преподавателя – 1;
- персональный компьютер – 1;
- мультимедийный проектор с экраном – 1;
- электронные обучающие ресурсы;
- набор плакатов;
- стенды;
- комплект нормативной и учебно-методической документации.

8. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, интернет-ресурсов.

Основные источники:

1. Рис Э. «Бизнес с нуля. Метод Lean Startup»
2. Сазерленд Дж. «Scrum. Революционный метод управления проектами»
3. ДеМарко Т. «Deadline. Роман об управлении проектами»
4. Голдратт Э. Кокс Джефф. «Цель»
5. Ким Ч., Моборн Р. «Стратегия голубого океана»
6. Адизес И. «Идеальный руководитель»
7. Коллинз Дж. «От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет...»
8. Сьюэлл К. «Клиенты на всю жизнь»
9. Хенсон Х. «Rework: бизнес без предрассудков»
10. Тиль П. «От нуля к единице»
11. Басовский Л.В. «Маркетинг», М., ИНФРА-М, 1999
12. Котлер Ф. «Основы маркетинга», АО КОРУНА, АОЗТ «Литера плюс», Санкт – Петербург, 1994

Дополнительные источники:

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. М.: Финпресс, 1998
2. Эванс Дж, Бергман Б. Маркетинг. М.: Экономика, 1993

Интернет-ресурсы:

1. Портал для стартапов <http://startapy.ru/>
2. Портал «Экономика и управление на предприятиях»: www.eup.ru
3. Портал Rusbase <https://rb.ru>
4. Портал института «Экономическая школа»: www.economicus.ru
5. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: www.ecsocman.edu.ru
6. Экономика и финансы: www.finansy.ru