



## Интегрированный междисциплинарный проект в программе MBA

*Описание, правила, критерии оценки*

Междисциплинарный проект – это сквозной проект, проходящий через ряд дисциплин первого года обучения.

Группы делятся на три команды по четыре-пять человек в каждой, они проектируют новый бизнес как отдельную компанию (стартап) или как проект в рамках действующей компании.

Проект проходит через ряд дисциплин, каждый блок которых завершается презентацией определенного раздела программы.

В конце первого года обучения, после прохождения всех разделов программы, формируется единая презентация (бизнес-план) проекта и организуется Итоговая защита проекта.

В качестве жюри будут представлены преподаватели, ведущие основные блоки дисциплин, представители бизнес-сообщества (предприниматели, инвесторы и др.) Жюри оценит старания каждой команды и поставит баллы, опираясь на критерии оценки.

<i>Раздел программы</i>	<i>Какая часть проекта прорабатывается</i>	<i>Необходимые заделы для последующих дисциплин</i>
Внешнее и внутреннее предпринимательство	Формирование проектных групп Формулирование идеи проекта, концепции и бизнес-модели Выстраивание логики между целевой аудиторией и предлагаемой услугой, цепочка ценностей для клиента, а далее анализ сильных и слабых сторон компании, анализ внешней и внутренней среды с помощью пройденных инструментов.	Определение что делаем? Целевая группа Масштаб бизнеса Бизнес-модель Оценка реалистичности
Маркетинг	PEST анализ Сегментация и выбор наиболее привлекательных сегментов Анализ конкурентов	Маркетинговый план

	Оценка параметров спроса и предложение по цене	
Управление человеческими ресурсами	Оргструктура компании Формирование проектных команд, создание, развитие и мотивация.	Затраты на персонал, необходимые для реализации проекта
Стратегический менеджмент	SWOT анализ Формулирование стратегии развитие компании	Стратегический план
Операционный менеджмент	Организационные вопросы, выстраивание бизнес-процесса, развитие проекта	Организационный план
Финансовый менеджмент	Расчет (доходы и расходы) Финансовое моделирование, разработка различных вариантов развития с точки зрения рентабельности и окупаемости	Финансовая модель проекта
Финансовые риски	Составление карты финансовых рисков проекта	Карта рисков
КСО и устойчивое развитие	Заинтересованные стороны (ЗС). Деятельность в области устойчивого развития: влияние на окружающую среду, экономическое влияние, социальное воздействие	Карта ЗС и матрица существенности. Показатели экономической, экологической, социальной результативности. Социальные инновации

## ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

На каждом модуле команда отрабатывает свою часть проектной задачи, итоги раздела презентуются, полученная обратная связь учитывается при дальнейшей проработке проекта.

### **Модуль 1: *Внешнее и внутреннее предпринимательство***

Основная задача команды – придумать бизнес-идею и превратить ее в бизнес-концепцию (бизнес-план). Бизнес-концепция должна описывать четкую картину бизнеса. Здесь важны следующие моменты: определение продукта (услуги или др.), практическое использование, согласованность процессов от бизнес-идеи до ее выполнения.

Определение целевой аудитории и определение ценности предлагаемого продукта или услуги для одного или нескольких типов клиентов. Клиентский профиль составляется для того, чтоб точно сориентироваться в дальнейшей деятельности бизнес-плана, на какую целевую аудиторию он направлен,

какова ее численность, эти цифры являются жизненно важными для оценки будущего успеха в бизнесе. Выстраивание логики между целевой аудиторией и предлагаемой услугой, цепочка ценностей для клиента, а далее анализ сильных и слабых сторон компании, анализ внешней и внутренней среды с помощью пройденных инструментов.

Описание бизнес-модели проекта, ее инновационность и ключевые факторы успеха проекта.

Так же в этот модуль можно включать публичную презентацию.

### **Модуль 2: Стратегический и Операционный менеджмент**

Данный модуль можно назвать операционный процесс, он предназначен для визуализации бизнес-процессов или эксплуатационной организации, а также показывает их согласованность. Процесс производства должен быть представлен очень подробно, шаг за шагом, от приобретения сырья или получения заказа до его доставки или продажи его клиенту, так же можно принять во внимание утилизацию. Очень важно просчитать возможные варианты развития бизнеса с учетом рентабельности, учесть наихудший и наилучший сценарии развития.

Важно отразить основные направления (стратегии) развития проекта, действия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

В этот модуль надо включать публичную презентацию, при выступлении могут быть использованы флип-чарт или другие аналогичные документы, презентацию в формате powerpoint, которая будет передана для оценки членами жюри.

### **Модуль 3: Маркетинговый план**

Группа пишет маркетинговый план, который должен показать выбранную маркетинговую стратегию. План пишется максимально точно, на сколько это будет возможно. Команде следует работать сплочено, это поможет правильно оценить маркетинговый бюджет, определить обязанности в области управления, выделить работу, которую возможно передать на аутсорсинг.

В итоге модуля необходимо будет выступить с реалистичным примером маркетинга на практике.

### **Модуль 4: КСО и устойчивое развитие**

Группа анализирует основные заинтересованные стороны проекта, стратегию и риски взаимодействия с ними. Определяет показатели экономической, экологической, социальной результативности проекта. Возможности применения и развития социальных инноваций и технологий.

## **Модуль 5: Финансовый менеджмент**

Расчет денежных потоков. Финансовое моделирование, разработка различных вариантов развития с точки зрения рентабельности и окупаемости.

В данном модуле команды представляют расчеты вероятных денежных потоков компании. Команды рассматривают возможные варианты финансовой модели бизнеса. В расчеты должны быть включены маркетинговые затраты и другие расходы, просчитанные в ранних модулях. Расчет прибылей и убытков должен быть рассчитан правильно и реалистично. Должна быть определена и обоснована ценовая политика компании.

Жюри обращает внимание на осведомленность участников групп, проверяя, являются ли цифры, использованные в расчетах реальными. В этот модуль включена публичная презентация.

## **Модуль 6: Оценка рисков**

В модуле должна быть составлена карта рисков проекта, от управленческих до финансовых.

## **Модуль 7: Мастерство презентации**

Итоговая презентация группой бизнес-проекта проходит в аудитории свободной наполняемости (прийти могут все желающие). Презентация компании должна включать наиболее важные аспекты всех модулей, не включая специальные модули, которые будут включены в тест– способность реагировать и решать проблемы компетенции.

Презентация группы должна сопровождаться презентацией PowerPoint, длительность выступления не более 6 минут. Презентация может включать любые другие подходящие элементы в дополнение к презентации PowerPoint.

Участникам группы необходимо подготовиться в вопросам жюри и вопросам из аудитории.

Оценка за презентацию бизнес-плана будет основываться на творчестве, способности к аргументации, знании рынка и технологий, используемых в проекте.

## **Критерии оценки.**

Общее количество баллов по всем критериям оценки, должны быть не более 100.

<b>Модули</b>	<b>Критерии</b>	<b>Максимальная оценка</b>
1.1	<b>Наша команда:</b> – создание команды имя – аргументы по выбору имени команды	5

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сильные и слабые стороны команды и отдельных членов команды</li> <li>– оценка возможности успеха компании</li> </ul>	
1.2	<p><b>Бизнес-идея:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– четкость формулирования продукта/услуги</li> <li>– точность в определениях</li> <li>– определение потребностей клиентов</li> <li>– возможный успех в определении компании и продукта/услуги</li> <li>– изображение</li> <li>– основные направления в создании конкурентных преимуществ</li> </ul>	10
1.3	<p><b>Целевая аудитория:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– точность в определении целевого рынка</li> <li>– определение профиля клиента: ценности и качества</li> <li>– точность в определении размера целевого рынка</li> <li>– выбор продукта/услуги и аргументы выбора: творчество и пригодность</li> </ul>	10
2	<p><b>Процесс реализации идеи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– визуализация и точность –</li> <li>– определение критических стадий</li> <li>– планирование соответствующих действий для каждого этапа процесса</li> <li>– возможные планы аварийной ситуации</li> <li>– стратегические приоритеты и перспективы развития проекта</li> </ul>	15
3	<p><b>Маркетинговое планирование:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– цели и задачи планирования</li> <li>– определение комплекса маркетинга, которые будут использованы</li> <li>– маркетинг расписание</li> <li>– маркетинговый бюджет</li> <li>– обязанности в области маркетинга и возможности аутсорсинга</li> <li>– практический пример маркетинговой деятельности</li> </ul>	15
4	<p><b>Устойчивое развитие:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определение областей устойчивости в собственной компании</li> <li>– критические оценки</li> <li>– реалистичность планов устойчивого развития</li> <li>– общий план действий и примеры</li> </ul>	10
5	<p><b>Показатели:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– расчеты и аргументы относительно ценообразования</li> <li>– оценка численности целевой группы и определения объема продаж</li> </ul>	20

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– прибыль - расчеты убытков</li> <li>– учет затрат и технической безупречности</li> <li>– источники финансирования</li> <li>– уровень реализма</li> <li>– аргументация в связи со всем вышесказанным</li> </ul>	
6	<b>Презентация команды:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– доверие к презентации</li> <li>– аргументация</li> </ul>	10
7	<b>Специальные задачи:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– креативность</li> <li>–визуализация</li> <li>– самооценка развития</li> </ul>	5
	Итого	100