

Podnikání na školách 2024 - obsahová náplň soutěže

| | |
|-----------------|---|
| Název soutěže: | Podnikání na školách 2024 |
| Pořadatel: | Moravskoslesská technologická akademie z.s. |
| Místo konání: | Budova VIVA, konferenční sál, Technologická 376/5, Ostrava-Pustkovec |
| Datum konání: | 24. 10. 2024 |
| Cílová skupina: | Žáci a studenti ve věku 17 – 22 let |

Modul A: BUDOVNÍ A ŘÍZENÍ TÝMU

- JMÉNO TÝMU

Název týmu by měl být atraktivní, popisný, originální a zapamatovatelný. Jméno týmu se používá po dobu trvání soutěže a je jasně vystaven u každého týmu. Je dobré prezentovat, jakým způsobem byl vytvořen název týmu.

- SILNÉ STRÁNKY

Členové týmu hodnotí a vysvětlují své individuální role v týmu a uvedou alespoň tři klíčové silné stránky každého jednotlivého člena týmu. Jak si vytvořit multidisciplinární tým napříč odvětvími, tak abych posílil propojenost mezi různými subjekty a zajistil tak principy fungování cirkulární ekonomiky?

- FAKTORY ÚSPĚCHU TÝMU

Členové týmu zhodnotí a vysvětlí důležitost týmového rozhodování (jaké má kdo rozhodovací kompetence) a vhodné strategie pro řešení obtížných a stresových situací.

Tým vytvoří týmový plakát, představí tým (jméno týmu + slogan) a vystaví v místě konání soutěže. Prezentace obsahuje informace o týmu, o jeho členech a hodnocení jednotlivých rolí v rámci týmu.

Modul B: PODNIKATELSKÝ PLÁN

- PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – musí být připraven jako samostatná příloha (dokument word).

Popis záměru by měl dát osobě, která nezná podnikatelský nápad, přiměřeně jasnou představu o zamýšleném podnikatelském záměru

- CO? Popis produktu/služby – inovativní přístup podnikatelského nápadu a tržní potenciál
Na koho je produkt/služba zaměřena? – definice potenciálních zákazníků/klientů
- PRO JAKOU POTŘEBU? Jakou potřebu produkt/služba uspokojuje? – odůvodněte konkurenční výhodu podnikatelského záměru uvedením dvou argumentů v rámci ekonomických, sociálních a ekologických aspektů
- JAKÉ JSOU CÍLE A HODNOTY PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU? – vyhodnotte cíle a hodnoty podnikatelského nápadu
- JAKÁ JSOU OBCHODNÍ RIZIKA? – vysvětlete tři možná obchodní rizika

Modul C: CÍLOVÁ SKUPINA

- CÍLOVÁ SKUPINA – co nejpřesnější definice, kdo jsou zákazníci/klienti resp. jaké zákazníci/klienty se primárně snažíte oslovit + velikost cílové skupiny.
Cílová skupina 1:
Cílová skupina 2:
Cílová skupina 3:
- PROFIL ZÁKAZNÍKA/KLIENTA – uveďte alespoň tři kritéria pro segmentaci zákazníka/klienta

Modul D: OBCHODNÍ PROCES/ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

- PROVOZNÍ PROCES

Soutěžící připraví popis podnikatelského procesu pro svůj produkt. Cílem je ilustrovat celý životní cyklus – procesní/provozní strukturu krok za krokem od fáze nákupu po fázi, kdy je produkt/služba představena zákazníkům.

V této sekci soutěžící musí také zvážit otázky udržitelného rozvoje.

- Popis procesu
- Popis udržitelného rozvoje
- Kritické fáze – identifikace/analýza kritických fází (Fáze 1..., Fáze 2....., Fáze 3.....)

Modul E: MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ/MARKETINGOVÝ MIX

- MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ

Soutěžící připraví plán realizace svého marketingového plánu a vysvětlí jejich zvolenou marketingovou strategii.

Marketingové cíle – definujte marketingové cíle pro produkt/službu popsanou v modulu B pomocí kritérií SMART.

Marketingový mix – popište 4 P pro produkt/službu popsanou v modulu B

- **REKLAMNÍ STRATEGIE** – zhodnoťte důležitost alespoň tří reklamních strategií pro produkt/službu popsanou v modulu B
- **MARKETINGOVÝ HARMONOGRAM** – připravte časový rámec pro marketingová opatření pro popsany produkt/službu v modulu B
- **NÁKLADY NA MARKETINGOVÁ OPATŘENÍ** – vycíslete náklady na tři marketingová opatření
- **ODPOVĚDNOSTI** – definujte kdo je za co zodpovědný
- **MARKETINGOVÉ OPERACE** – uveďte jeden příklad marketingového opatření a krátce vysvětlete důvody tohoto opatření

Modul F: UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Soutěžící vysvětlují své názory na udržitelný rozvoj a výhody týkající se udržitelnosti. Je možno uvést i praktické příklady udržitelnosti.

- **OBLASTI UDRŽITELNOSTI** – analyzovat různé oblasti udržitelného rozvoje
- **KRITICKÉ HODNOCENÍ** – poukázat na důvody nezbytnosti krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých cílů pro udržitelný rozvoj podnikání
- **REALISTICKÉ PLÁNY UDRŽITELNOSTI** – navrhnete a zhodnoťte tři praktické příklady pro udržitelný rozvoj na základě podnikatelského nápadu popsaneho v modulu B
- **KONKRÉTNÍ OPATŘENÍ** – vysvětlete důvody pro jednu konkrétní akci

Modul G: FINANCE

V této části soutěžící předkládají ekonomické kalkulace pro posouzení ziskovosti jejich obchodních operací a zdrojů financování. Bude hodnocena i úroveň nákladovosti a jejich reálnost. Pro výpočty můžete použít excelové tabulky.

- **ODHAD CENY PRODUKTU/SLUŽBY** – realisticky vypočítejte cenu(y) za produkt/službu popsanou v modulu B
- **ODHAD PRODEJE NA ZÁKLADĚ CÍLOVÉ SKUPINY** – předložte odhad tržeb na tři provozní roky
- **ZISKOVOST** – viz. tabulka
- **FINANCOVÁNÍ** – příprava jednoduchého přehledu peněžních toků, který zajistí dostatečné krytí obchodních operací a kalkulace počátečních nákladů. Pro výpočty můžete také použít excelovou tabulku.

Modul H: PREZENTACE FIRMY

- OBCHODNÍ KONCEPCE
- PREZENTACE

Prezentace obchodního konceptu musí obsahovat hlavní body všech modulů podnikatelského záměru. Soutěžící si připraví powerpointové snímky prezentace. Čas povolený pro prezentaci je maximálně čtyři (4) minuty.

Pokud tým překročí tento časový limit, bude prezentace zastavena. Po uplynutí čtyř minut mohou diváci klást otázky.

Důležité body prezentace:

- Důvěryhodnost a argumentace
Jsou prohlášení a čísla prezentovaná soutěžícími věrohodná a realistická? Existuje dostatečné zdůvodnění předložených tvrzení? Je tým schopen odpovídat na otázky porotců a diváků?
- Ilustrace a plynulost
Jak dobře definovaná a názorná je prezentace? Jaká je plynulost a celková logika průběhu prezentace?
- Co se soutěžící při práci na obchodním konceptu naučili? Která pole to byla zvláště obtížné, jak se vypořádaly s obtížnými situacemi a jak je zvládaly se stresem?

Prezentace: časový limit 4 minut

Kontaktní osoby:

Sylva Sládečková, manažerka školních podnikatelských center,
sladeckova@m-ta.cz, 605 292 246

Michaela Pawerová, konzultantka podnikání,
misa.pawerova@seznam.cz, 737 754 694