**Тема: Старт-апы и компании-единороги.**

**Задачи:**

* *образовательная*: изучение понятия «стартап», условий создания успешного стартапа.
* *развивающая:* развитие способностей обучающихся делать необходимые выводы и давать обоснованные оценки экономических ситуаций; умений анализировать, синтезировать, сравнивать.
* *воспитательная:* воспитание самостоятельности, чувства ответственности за качество и результат выполняемой работы.

**Оборудование и дидактический материал:**компьютер, проектор, экран, мультимедийная презентация, задания для групп, игра.

**Ход занятия**

**1. Погружение в проблему. Мотивация учебной деятельности .**

Слайд 1

**Учитель.**Добрый день, рада вас приветствовать на деловой игре «Создай свой стартап». Что означает слово «start-up» в переводе с английского? (ответы учащихся). Правильно, «запускать что-либо новое». Но прежде, чем мы начнем запускать, создавать свой стартап, приглашаю вас на обучающий семинар по финансовой грамотности.

*Задаются вопросы поочередно каждой группе*

-Главный вопрос. Что такое стартап? Приведите примеры (ответы учащихся)

-В чем отличия стартапа от других новых кампаний? (ответы учащихся)

**2. Основная часть.**

Работа с презентацией и раздатками.

Слайд «Создание стар апа»

Слайд «Сферы деятельности старт апа»

Слайд «Виды старт-апов»

Слайд «Процесс работы старт-апа»

**Компании-единороги.**

Термин «Unicorns» введен относительно недавно для компаний-стартапов, чья капитализация за короткий период превысила $1 млрд.

1. Зачем придумали "единорогов"?

В первую очередь — это интерес венчурных инвесторов и аналитических платформ, обслуживающих их интересы.

Составляются целые карты «unicorns landscape». Эти карты отслеживают появление новых «единорогов» в разрезе по отраслям и странам.

Например, в марте 2019 г. исследовательская организация Dealroom анонсировала четыре новых европейских единорога: Veeam, Luxoft (обе Швейцарии), Collibra (Бельгия) и eMAG (Румыния).

2. Самые крупные компании-"единороги"

Всего на начало 2019 г. насчитывается ~360 «unicorns», и Uber c Airbnb уже не на первом месте.

Единорогом №1 на данный момент является китайская компания Bytedance (цифровые медиа, основные активы - агрегатор новостей Toutiao и видео-сервис TikTok) с капитализацией $75 млрд.

Далее идут американская Uber и китайская Didi (транспорт и доставка «on demand»), а за ними - американские стартапы: WeWork, JUUL Labs, Airbnb, Stripe, SpaceX.

В разрезе по странам, почти 50% объема «единорогов» - компании из США, 30% - из Китая, 15% - из Индии, Великобритании, Южной Кореи, Германии, Индонезии, Сингапура и последние 5% приходятся на остальные страны.

3. Какое распределение по отраслям?

Сопоставив данные Cbinsights и Visualcapitalist, получаем первую пятерку отраслей по объему капитализации компаний:

On-Demand: это «технологические компании, отвечающие на потребительские запросы немедленным предоставлением товаров и услуг» (более 14 компаний, в т.ч. Uber, Didi, BlaBlaCar, Gett)

FINTECH: финансово-технологические стартапы, автоматизация онлайн платежей (более 40 компаний, в т.ч. Stripe, One97, Coinbase)

eCommerce/Marketplace: электронная коммерция и шеринговые платформы (более 30 компаний, в т.ч. Airbnb, Chehaoduo, Coupang)

Internet Software & Services: облачные программные решения и сервисы (наибольшее количество компаний, в т.ч. Infor, Slack, Snowflake)

Digital Media: цифровые медиа (1 компания, зато самая крупная - Bytedance)

Согласно European unicorn landscape, к российским единорогам относят Avito, Yandex, ВКонтакте (Mail.ru Group). Среди беларусских единорогов Wargaming, PandaDoc.

**Бизнес-план**

Бизнес-план — это документ, который излагает планы вашей компании; описывает, как эти планы могут быть достигнуты. Бизнес-план должен содержать краткое и точное описание вашей компании и проекта.

1. Анализ рынка и потребителей. В этом блоке нужно определить, какие группы людей и организаций вы рассчитываете привлекать и обслуживать.

2. Продукты (ценностное предложение). Здесь вы должны описать, почему клиенты должны выбрать ваш продукт, а не продукт конкурентов.

3. Взаимоотношения с клиентами. В этом блоке нужно четко определить, какой тип взаимоотношений вы хотите установить с потребителями. Они могут варьироваться от персональных до автоматизированных.

4. Каналы продаж. Это система взаимодействия компании с потребителем, точки контакта продавца и клиента.

5. Финансовый план (доходы и расходы).

6. Основная деятельность. Действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели.

7. Возможные партнеры и конкуренты. Сеть поставщиков и партнеров и типы отношений с ними, например, стратегическое сотрудничество или соконкуренция.

8. Ресурсы и персонал. Ключевые ресурсы могут быть материальными, финансовыми, интеллектуальными или человеческими (персонал). Компания может быть собственником этих ресурсов, брать их в наем или же получать от ключевых партнеров.

9. Затраты и факторы риска. В этом блоке необходимо описать наиболее существенные затраты проекта и их виды.

**Бизнес-ангел**.

Частный венчурный инвестор, дающий финансовую и экспертную поддержку компаниям на ранних этапах развития.

**Нетворкинг**

Это социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью круга друзей и знакомых, работающих или имеющих связи в той или иной сфере, максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные задачи. При этом в сути нетворкинга лежит выстраивание доверительных и долгосрочных отношений с людьми и взаимопомощь.

**Коворкинг**

В широком смысле — подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве; в узком — подобное пространство, коллективный офис. Коворкинг характеризует гибкую организацию рабочего пространства и стремление к формированию сообществ резидентов и внутренней культуры.

**SWOT-анализ**

SWOT-анализ — это метод планирования и инструмент для оценки внешних и внутренних факторов, от которых зависит, как компания или отдельный продукт будут развиваться на рынке.

**Ментор**

Ментор или наставник — опытный профессионал, источник знаний и ответов. Он вдохновляет, помогает развиваться в личной и профессиональной жизни своему подопечному — менти. Например, чтобы привлечь инвестора, основатели стартапа приходят к ментору. Он помогает обосновать идею цифрами и составить план развития компании, делится контактами знакомых инвесторов.

**Питчи.**

Последнее время всё большую популярность набирают стартап-ивенты, где участники борются за получение инвестиций для развития своего проекта. Одним из важных шагов по достижению данной цели является умение презентовать свою идею, о составлении которой и пойдёт речь в данной статье.  
Как правило презентация на подобного рода мероприятиях называется питч. И первое, что надо понимать при его подготовке, что это такое. Питч – это выступление, целью которого является **продажа** идеи, проекта, плана, себя, команды и т.д.  
Виды питч-выступлений:  
**1) Elevator pitch**, длительность которого 1 минута. Основная цель – заинтересовать инвестора, чтоб получить приглашение на вторую встречу. За данную минуту необходимо успеть кратко сказать о существующей проблеме; о решении, которое вы предлагаете; и рассказать какие существуют перспективы по монетаризации данного проекта.  
**2) Idea pitch**, длительность которого до 3 минут. Данный вид питчинга наиболее часто практикуется в стартап конкурсах. Он состоит из следующих элементов:  
1. Имя проекта. Не стоит тратить время на представление себя и рассказ о всех классных членах команды, оставьте это на специально выделенную под это часть презентации. Вначале стоит ограничиться лишь названием проекта.  
2. Проблема. Лучше всего преподносить её в виде истории, во время рассказа которой у инвесторов возникают ассоциации и визуальные образы проблемы.  
3. Решение. Просто, кратко и доступно объясните решение проблемы и его отличительные особенности по сравнению с уже имеющимися аналогами, если таковые имеются.  
4. Объём рынка. Покажите общий объём рынка; часть рынка, которую вы планируете получить; и целевую аудиторию на данном этапе существования проекта.  
5. Бизнес-модель. Продемонстрируйте как проект будет генерировать деньги, откуда они идут, сколько ориентировочно проект будет приносить в год и самое главное откуда берутся представленные цифры, почему вы делаете именно эти предположения.  
6. Команда. Расскажите о специалистах, которые есть в команде, об их достижениях.  
7. Заключение. Скажите самые важные вещи, которые должны остаться в памяти инвесторов. И конечно же не забывайте писать свои контакты.  
**3) Funding pitch**, длительность которого около 7-10 минут. Funding pitch — более развёрнутая презентация по сравнению с Idea pitch, которая помимо выше перечисленных пунктов должна включать такие разделы как: конкуренты, стратегия выхода на рынок, нынешняя позиция и необходимые инвестиции.  
Как подготовить питч:

— основательно подготовиться: тренироваться перед зеркалом, друзьями, родными, чтоб во-первых, идея была ясна абсолютно всем; а во-вторых, чтоб учиться держать eye contact со всеми присутствующими;  
— избегать специфических терминов. Если родные, друзья, парень/девушка не понимают о чём идёт речь, то, наверняка, стоит изменить содержание, т.к. инвесторы не энциклопедии и они не знают всё обо всём. И вообще основное правило, которого стоит придерживаться в подобных выступлениях, — KISS – keep it stupid simple;  
— избегать длительных объяснений;  
— избегать ложь. Инвесторы перед тем, как вкладывать свои деньги, обязательно сделают анализ и, если выяснится, что их обманули, то ваша репутация будет несколько растоптана;  
— избегать огромное количество текста в слайдах и по возможности заменять его графиками, таблицами и рисунками. И вообще, чем меньше «шума» на слайде, тем лучше.  
— сделать хороший анализ рынка, конкурентов, чтоб быть способными отвечать на последующие после питча вопросы инвесторов.