



## Раздел 2:

### Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

#### Тема 2.1.

### Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес

Автор(-и):

**Марилия Дурао, Аугусто  
Невес, Соня Ногейра,  
Патрисия Ремелгадо,  
Сандра Фернандес**

Институция (-и):

**Universidade Portucalense,  
Португалия**



Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз

Този материал е част от учебното съдържание на програма за курс „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“. Той е разработен в рамките на проект „FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение“, който е подкрепен от програма „Еразъм +“ по ключова дейност Стратегически партньорства във висшето образование“.

Учебното съдържание накратко:

## **Програма ФЕНИС**

### **Раздел 1: Разбиране на предприемачеството в КТИ**

Тема 1.1. Творчество, иновации и междусекторни сътрудничества.  
Интелектуална собственост.

Тема 1.2. Предприемачество, управление и лидерство в КТИ

### **Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ**

**Тема 2.1: Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес**

Тема 2.2: Създаване на стойност: Икономическа, пазарна и културна стойност на продукти и услуги в КТИ.

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брендиране в КТИ

Повече информация можете да намерите на уеб страница: <http://www.fenice-project.eu>

Декларация за авторско право:



Тази разработка е лицензирана под международния лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Вие сте свободни да:

- споделяте - копирате и разпространявате материала на всякакъв носител или формат
- адаптирате - смесвате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признание - трябва да дадете подходящо признание на приноса, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по такъв, който да предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност - Не можете да използвате материала с комерсиална цел.
- Сходно Споделяне - Ако добавяте, трансформирате или надграждате материала, трябва да го разпространявате при същите лицензи като оригинала.



Практически пример:  
Краткото представяне (pitch) като инструмент за  
комуникация на бизнеса,  
Джулиана Лобо – специалист комуникации

## Описание

---

Джулиана Лобо (Juliana Lobo), която дава своето изявление за важността на краткото представяне (pitch) като инструмент за бизнес комуникация, има бакалавърска степен по Социални Комуникации със специалност Журналистика от Федералния университет на Мараняо ((Federal University of Maranhão) (Бразилия/Мараняо), магистърска степен по Мултимедийни Комуникации и докторска степен по Информация и комуникация в цифрови платформи от Университета в Авейро (University of Aveiro) (Португалия). Тя е гост асистент в Политехническият институт на Визеу (Polytechnic Institute of Viseu) и хонорован изследовател в Изследователския център „Digimedia“, Университет на Авейро (University of Aveiro).

За Джулиана, краткото представяне е една от основните стратегии/техники за комуникация в бизнеса. Pitch е директна и кратка презентация, чиято цел е да продадете своята бизнес идея на евентуален инвеститор.

В света на предприемачеството това е много полезна практика, особено за привличане на партньори и инвеститори. Но предприемачеството е много повече от иновативни идеи и намиране на пазарна ниша, която ги оценява. В крайна сметка, въпреки че създаването на стартиращ бизнес зависи много от волята на предприемача, безспорно е, че успехът е пряко свързан с привличането на ресурси, партньори и клиенти. Това става възможно само със способността да се продаде идеята и да се убедят потенциалните инвеститори, че финансовата възвръщаемост е реална възможност. По отношение на клиентите, предприемачът трябва да обърне внимание на предимствата, идващи от продуктите или услугите.

Чрез краткото представяне е възможно да се продаде бизнес идея на потенциален инвеститор по опростет, директен, последователен и уверен начин. Използвайки този инструмент, предприемачът представя идеята си на възможните партньори, като същевременно уточнява цели, целева аудитория, стратегии и пазарни ниши, конкуренти, инвестиции и маржове на печалба, които възнамерява да постигне.

Джулиана обаче ни напомня, че краткото представяне е само първата точка за контакт между предприемач и инвеститори и трябва да се разглежда като възможност за отваряне на врата за бизнес среща, която ще даде възможност на партньорството да се материализира. Важно е да се подчертае, че то (pitch) е напълно различно от бизнес среща, тъй като конкретизирането на продажба или формализирането на партньорства не са част от процеса. Тези възможности може наистина да възникнат, но представянето на бизнеса е само началната стъпка за привличане на заинтересовани страни и започване на по-дълъг и по-комплексен разговор.

Продължителността на този тип презентация обикновено се намалява, за да се подобри динамиката на комуникацията между презентатора и участниците. Представяне, което отнема твърде много време може да доведе до загуба на интерес от страна на участващите и да затрудни компанията да привлече партньори. Ето защо има тенденция то да бъде като цяло динамично, кратко, обективно и стегнато, за да „събуди апетита“ за партньорства, инвестиции и бизнес. Идеята е предприемача да обясни директно и обективно целта на проекта, пазара, предлаганото решение и неговите краткосрочни и средносрочни планове. Поради това в представянето е важно да се съсредоточи върху най-важните аспекти на компанията:

- Какъв е проблемът за решаване?
- Какъв е пазарът?
- Каква е отличителната характеристика на компанията?
- Кои са професионалистите, които съставляват екипа?

## ■ Основните точки, които трябва да запомните!

- Определете основните стъпки за стартиращото предприятие и типа инвестиция, която е необходима;
- Обяснете ясно проблема и решението;
- Проучете много добре пазара, на който ще се въвежда бизнеса;
- Научете основните показатели за съответния тип бизнес и, ако е възможно, представете окуражителни данни;
- Изгответе добър подкрепящ материал, за да помогнете по време на презентацията, както на себе си, така и на аудиторията;
- Винаги бъдете обективни!

## Източник/връзка

---



<https://www.linkedin.com/in/juliana-lobo-987a264b/>



[jlobo@esev.ipv.pt](mailto:jlobo@esev.ipv.pt)

## Държава

---

Португалия