




Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)
Филиал ФГБОУ ВО «СамГТУ» в г. Белебее Республики Башкортостан



УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала ФГБОУ ВО «СамГТУ»
в г. Белебее Республики Башкортостан


Л.М. Инаходова

26 мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.02.01 «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»

Код и направление подготовки (специальность)	<u>09.03.02 Информационные системы и технологии</u>
Направленность (профиль)	<u>Информационные системы и технологии</u>
Квалификация	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения	<u>Заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2022</u>
Выпускающая кафедра	<u>Инженерные технологии</u>
Кафедра-разработчик	<u>Инженерные технологии</u>
Объем дисциплины, ч. / з.е.	<u>72 / 2</u>
Форма контроля (промежуточная аттестация)	<u>Зачет</u>

Белебей 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (далее – РПД) разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 09.03.02 «Информационные системы и технологии», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. № 926 , и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

доцент, к.э.н., доцент
(должность, степень, ученое звание)


(подпись)

О.В. Валева
(ФИО)

РПД рассмотрена и одобрена на заседании кафедры 26 мая 2022 г., протокол № 4.

Заведующий кафедрой

к.т.н., доцент
(степень, ученое звание, подпись)

А.А. Цынаева
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

доцент, к.т.н.
(степень, ученое звание, подпись)

Е.Е. Ярославкина
(ФИО)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	4
4.1. Содержание лекционных занятий	4
4.2. Содержание лабораторных занятий	5
4.3. Содержание практических занятий	5
4.4. Содержание самостоятельной работы	5
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	5
6. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	7
7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения	7
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем	7
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	8
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)	8
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
Приложение 2. Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины (модуля)	
Приложение 3. Аннотация рабочей программы дисциплины	

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программ

Универсальные компетенции

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Работает с нормативно-правовой документацией в сфере профессиональной деятельности	31 УК-2.1 Знать: действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. У1 УК-2.1 Уметь: использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности В1 УК-2.1 Владеть: навыками работы с нормативно-правовой документацией.
			УК-2.2 Оценивает и планирует потребности в ресурсах, необходимых для реализации проектов в сфере профессиональной деятельности	32 УК-2.2 Знать: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. В2 УК-2.2 Владеть: методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта.
			УК-2.3 Формулирует цели и задачи проектов в сфере профессиональной деятельности и выбирает оптимальные способы для их решения	У2 УК-2.3 Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты В3 УК-2.3 Владеть: методиками разработки цели и задач проекта.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	У1 УК-9.2 Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели В1 УК-9.2 Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков жизнедеятельности

Общепрофессиональные компетенции

Таблица 2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

Профессиональные компетенции

Таблица 3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины в структуре образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Таблица 4

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины
УК-2	Правоведение		Учебная практика; ознакомительная практика; Практико-ориентированный проект; Экономика
УК-9			Экономика

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Таблица 5

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	4	4
лекционные занятия (ЛЗ)	2	2
лабораторные работы (ЛР)	0	0
практические занятия (ПЗ)	2	2
Внеаудиторная контактная работа, КСР	2	2
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	62	62
подготовка к ПЗ	18	18
подготовка к тестированию	14	14
самостоятельное изучение материала	16	16
подготовка к зачёту	14	14
Формы текущего контроля успеваемости	Тестирование	Тестирование.
Формы промежуточной аттестации	зачет	зачет
	Контроль	4
	ИТОГО: час.	72
	ИТОГО: з.е.	2

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 6

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы						
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	КСР	Конт-роль	Всего часов
1.	Введение в инновационное развитие	2	-	-	16	1	1	20
2.	Технологическое предпринимательство	-	-	2	23	1	1	27
3.	Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности	-	-	-	23	-	2	25
Итого:		2	0	2	62	2	4	72

4.1. Содержание лекционных занятий

Таблица 7

№ ЛЗ	Наименование раздела	Тема лекции	Содержание лекции (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 2				
1	Введение в инновационное развитие	Введение в инновационное развитие	Сущность и свойства инноваций; классификация инноваций; инновационный процесс и инновационная деятельность; инновационное предпринимательство; базисные инновации и технологические уклады; основные этапы развития теории инноваций; модели инновационного процесса: линейная, модель давления рыночного спроса, интерактивная модель; гипотезы инновационного процесса: «технологического толчка» (от науки – к рынку), «давления рыночного спроса» (от потребностей рынка – к науке), интерактивной модели (дуальная модель, объединяющая два предыдущих подхода); способы выхода инноваций на рынок:	2

			парадигма «закрытых инноваций», модель «открытые инновации»; соответствие бизнес-модели инновационному процессу.	
			Итого за курс:	2
			Итого:	2

4.2. Содержание лабораторных занятий

Таблица 8

№ ЛР	Наименование раздела	Наименование лабораторной работы	Содержание лабораторной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
не предусмотрены учебным планом				

4.3. Содержание практических занятий

Таблица 9

№ ПЗ	Наименование раздела	Тема практического занятия	Содержание практического занятия (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 2				
1	Технологическое предпринимательство	Расчет экономической эффективности	«Расчет экономической эффективности инвестиционного проекта методами статической оценки»	2
Итого за курс:				2
Итого:				2

4.4. Содержание самостоятельной работы

Таблица 10

№ п/п	Наименование раздела	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 2				
1.	Введение в инновационное развитие	Самостоятельное изучение материала	Введение в инновационное развитие	6
2.	Технологическое предпринимательство	Самостоятельное изучение материала	«Маркетинговая стратегия лаборатории мультимедиа 3X-Video». «Выведение на рынок приложения для контроля кредитных карт WiseCards».	5
3.	Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности	Самостоятельное изучение материала	«Подготовка сделки по лицензированию разработки, лежащей в основе проекта»	5
4.	Технологическое предпринимательство	Подготовка к практическим занятиям	Расчет экономической эффективности инвестиционного проекта методами статической оценки	18
5.	Введение в инновационное развитие	Подготовка к тестированию	Раздел «Введение в инновационное развитие» Раздел «Технологическое предпринимательство» Раздел «Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности»	5
6.	Технологическое предпринимательство			5
7.	Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности			4
8.	Введение в инновационное развитие	Подготовка к зачету	Раскройте сущность инноваций, исходя из теории Й. Шумпетера «Пять типичных изменений». Инновации как продукт и инновации как процесс. Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация». Основные свойства инноваций. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика. Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «технологического толчка». Интерактивная модель инновационного процесса. Роль предпринимателя в инновационном процессе по Й. Шумпетеру. Предприниматели-инноваторы и предприниматели-консерваторы. и т.д.	5
9.	Технологическое предпринимательство			4
10.	Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности			5
Итого за семестр:				62
Итого:				62

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Методические указания при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции для того, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут подняты в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т. е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т. п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

2. Методические указания при подготовке и работе на практическом занятии

Практические занятия по дисциплине проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков в решении профессиональных задач.

Подготовка обучающегося к практическому занятию производится по вопросам, разработанным для каждой темы практических занятий и (или) лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы.

Работа студентов во время практического занятия осуществляется на основе заданий, которые выдаются обучающимся в начале или во время занятия. На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий. На практических занятиях обучающиеся должны уметь выработать определенные решения по обозначенной проблеме. В зависимости от сложности предлагаемых заданий, целей занятия, общей подготовки обучающихся преподаватель может подсказать обучающимся алгоритм решения или первое действие, или указать общее направление рассуждений. Полученные результаты обсуждаются с позиций их адекватности или эффективности в рассмотренной ситуации.

3. Методические указания по самостоятельной работе

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;
- в методическом кабинете, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

4. Методические указания по подготовке к тестированию

Тестовые задания – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Успешное выполнение тестовых заданий является необходимым условием итоговой положительной оценки. Выполнение тестовых заданий предоставляет обучающимся возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Тестовые задания охватывают основные вопросы по изучаемой теме. Для формирования заданий использована как закрытая, так и открытая форма. У обучающегося есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий обучающиеся должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы литературы по дисциплине. Контрольный тест выполняется обучающимся самостоятельно во время практических занятий.

6. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Таблица 11

№ п/п	Автор(ы), наименование, место, год издания (если есть, указать «гриф»)	Книжный фонд (КФ) или электрон. ресурс (ЭР)	Литература	
			учебная	для самост. работы
1.	Васюхин О.В. Экономическая оценка инвестиций. Практикум: учебно-методическое пособие / О.В. Васюхин, Е.А. Павлова. - Электрон. текстовые данные. - СПб.: Университет ИТМО, 2013. - 31 с. - 2227-8397. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68728.html	ЭР	+	
2.	Рыбалова Е.А. Управление проектами. [Электронный ресурс]/ учебно-методическое пособие/ Е.А. Рыбалова – Электрон. текстовые данные. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 149 с.– Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/72202.html	ЭР	+	
3.	Шкурко В.Е. Управление рисками проектов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.Е. Шкурко – Электрон. текстовые данные. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2014. – 184 с. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/65997.html . ЭБС "IPRbooks"	ЭР	+	
4.	Стив Бланк Стартап: настольная книга основателя / Бланк Стив, Дорф Боб. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 616 с. – 978-5-9614-5027-9. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=82518	ЭР		+
5.	Филип Котлер Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Филип. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. — 978-5-9614-5016-3. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/43688.html	ЭР		+
6.	Лагоша, Б. А. Оптимальное управление в экономике: учебное пособие / Б. А. Лагоша. — Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004. — 133 с. — ISBN 5-7764-0392-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/10731.html	ЭР	+	

Доступ обучающихся к ЭР НТБ СамГТУ (elib.samgtu.ru) осуществляется посредством электронной информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование. Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной информационной образовательной среды университета.

Программное обеспечение

Таблица 12

№ п/п	Название	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)	Правообладатель (производитель)	Страна происхождения (иностранное или отечественное)
1.	LibreOffice Writer	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
2.	LibreOffice Impress	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
3.	LibreOffice Calc	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
4.	Adobe Reader	свободно распространяемое	Adobe Systems Incorporated	иностранное
5.	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	лицензионное	НПО «ВМИ»	отечественное
6.	Антивирус Касперского	лицензионное	Лаборатория Касперского	отечественное
7.	Яндекс.Браузер	свободно распространяемое	Яндекс	отечественное

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

Таблица 13

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1	Электронно-библиотечная система IPRbooks	Электронно-библиотечная система	http://www.iprbookshop.ru/
2	Электронно-библиотечная система СамГТУ	Электронная библиотека СамГТУ	https://elib.samgtu.ru/

3	eLIBRARY.RU	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/
---	-------------	--------------------------------	---

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ:

- методический кабинет (ауд. 9).

10. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

по дисциплине

Б1.В.02.01 «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»

Код и направление подготовки (специальность)	<u>09.03.02 Информационные системы и технологии</u>
Направленность (профиль)	<u>Информационные системы и технологии</u>
Квалификация	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2022</u>
Выпускающая кафедра	<u>Инженерные технологии</u>
Кафедра-разработчик	<u>Инженерные технологии</u>
Объем дисциплины, ч. / з.е.	<u>72 / 2</u>
Форма контроля (промежуточная аттестация)	<u>зачет</u>

1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и признаков проявления компетенций (дескрипторов), которыми должен овладеть обучающийся в ходе освоения образовательной программы

Универсальные компетенции

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Работает с нормативно-правовой документацией в сфере профессиональной деятельности	31 УК-2.1 Знать: действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. У1 УК-2.1 Уметь: использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности В1 УК-2.1 Владеть: навыками работы с нормативно-правовой документацией.
			УК-2.2 Оценивает и планирует потребности в ресурсах, необходимых для реализации проектов в сфере профессиональной деятельности	32 УК-2.2 Знать: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. В2 УК-2.2 Владеть: методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта.
			УК-2.3 Формулирует цели и задачи проектов в сфере профессиональной деятельности и выбирает оптимальные способы для их решения	У2 УК-2.3 Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты В3 УК-2.3 Владеть: методиками разработки цели и задач проекта.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	У1 УК-9.2 Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели В1 УК-9.2 Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков жизнедеятельности

Общепрофессиональные компетенции

Таблица 2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

Профессиональные компетенции

Таблица 3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Таблица 4

Код и индикатор достижения компетенции	Оценочные средства			Промежуточная аттестация
	Раздел 1.	Раздел 2.	Раздел 3.	
	Введение в инновационное развитие	Технологическое предпринимательство	Трансфер технологий и охрана интеллектуальной собственности	
	Тестирование.			Вопросы к зачету
УК-2.1	З1 УК-2.1 У1 УК-2.1 В1 УК-2.1	З1 УК-2.1 У1 УК-2.1 В1 УК-2.1	З1 УК-2.1 У1 УК-2.1 В1 УК-2.1	З1 УК-2.1 У1 УК-2.1 В1 УК-2.1
УК-2.2	З2 УК-2.2 В2 УК-2.2	З2 УК-2.2 В2 УК-2.2	З2 УК-2.2 В2 УК-2.2	З2 УК-2.2 В2 УК-2.2
УК-2.3	У2 УК-2.3 В3 УК-2.3	У2 УК-2.3 В3 УК-2.3	У2 УК-2.3 В3 УК-2.3	У2 УК-2.3 В3 УК-2.3
УК-9.2	У1 УК-9.2 В1 УК-9.2	У1 УК-9.2 В1 УК-9.2	У1 УК-9.2 В1 УК-9.2	У1 УК-9.2 В1 УК-9.2

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

2.1. Формы текущего контроля успеваемости

Во время теоретического обучения студенты сдают контрольные точки, которые осуществляются путем выполнения соответствующего задания в личном кабинете.

Примерный перечень тестовых заданий

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения задания, мин
1	Г	Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде (отметьте неправильный вариант): а) Новых продуктах б) Новом технологическом процессе в) Новом способе организации производства г) Новом дизайне упаковки продукта	УК-2	2
2	Г	К обязательным свойствам инноваций НЕ относится (возможно несколько вариантов ответа): а) Научно-техническая новизна б) Производственная применимость в) Коммерческий потенциал г) Усовершенствованный дизайн	УК-2	2
3	Г	Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам (можно выбрать несколько вариантов ответа): а) Схема нового вида летательного аппарата б) Новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании в) Найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta г) Выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения	УК-2	2
4	Б	Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт? (возможно несколько вариантов ответа) а) Этап прототипа (модели продукта) б) Этап патентования в) Этап производства г) Этап первых продаж	УК-2	2
5	А	К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится (возможно несколько вариантов ответа): а) Публичная презентация нового продукта б) Стратегические альянсы с другими компаниями в) Создание корпоративных венчурных фондов г) Заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний	УК-2	2
6	А	К эпохальным инновациям можно отнести:	УК-2	2

		а) Освоение скотоводства б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100 мл) г) Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке KickStarter более 10 млн долларов)		
7	Б	К улучшающим инновациям можно отнести (возможно несколько вариантов ответа): а) Освоение скотоводства б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100 мл) г) Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке KickStarter более 10 млн долларов)	УК-2	2
8	В	К псевдоинновациям можно отнести (возможно несколько вариантов ответа): а) Освоение скотоводства б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100 мл) г) Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке KickStarter более 10 млн долларов)	УК-2	2
9	А	Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе: а) Пассажиры поезда б) Работники парикмахерской в) Рабочие строительной бригады	УК-2	2
10	Б	Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера (возможно несколько вариантов ответа): а) Харизма б) Умение правильно распределять роли в) Либерализм	УК-2	2
11	Б	На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа: а) Однозначно, да б) Да, если время и место было согласовано со всеми заранее в) Нет, это объективные причины	УК-2	2
12	А	В группе низкая экспансивность, это (возможно несколько вариантов ответа): а) Мешает сформировать команду б) Помогает сформировать команду в) Никак не скажется на формировании команды	УК-2	2
13	В	Работа в команде имеет следующее преимущество: а) Снижает время на принятие решений б) Упрощает процесс распределения прибыли в) Повышает креативность	УК-2	2
14	Б	Создание онлайн команды (без очных встреч): а) Неизбежно б) Возможно в) Невозможно	УК-2	2
15	Б	К заповедям формирования командного духа относится: а) Безоговорочное подчинение б) Совместная работа в) Отказ от увольнения работников	УК-2	2
16	Г	Стартап – это (возможно несколько вариантов ответа): а) Недавно появившаяся компания б) Маленькая компания в) Новая компания в сфере IT г) Временная организация, созданная для поиска бизнес-модели д) Все ответы верные	УК-2	2
17	Д	Основные характеристики стартапа: а) Гибкость и оперативность принятия решений б) Проектная, а не продуктовая составляющая в) Воспроизводимая бизнес-модель г) Масштабируемость д) Все ответы верные	УК-2	2
18	А	Что понимают под трансфером технологий (возможно несколько вариантов ответа)? а) Формальную передачу прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне б) Самостоятельное практическое использование и коммерциализацию технологической разработки субъектом, выполняющим научные исследования, в собственном производстве в) Создание объекта интеллектуальной собственности для собственных нужд и дальнейшего применения для перспективных исследований и разработок	УК-2	2
19	В	Каково базовое условие, обеспечивающее Вашей компании возможность использовать бизнес-модель “Лицензирование” (возможно несколько вариантов ответа)? а) Спрос на разработки Вашей компании со стороны конкурентов б) Наличие у потенциального покупателя ресурсов для выполнения собственных НИОКР, проведения патентного поиска и обеспечения правовой охраны Вашей разработки	УК-2	2

		в) Наличие у Вашей компании прав на технологию, обеспеченных выданным патентом или режимом коммерческой тайны на предприятии		
20	В	Каково, по Вашему мнению, ключевое преимущество использования бизнес-модели лицензирования при развитии собственного технологического бизнеса? а) Возможность сосредоточиться только на исследованиях и разработках б) Отсутствие необходимости заниматься производством, сертификацией, поставками, логистикой в) Возможность диверсификации источников дохода без дополнительных затрат на НИОКР	УК-2	2
21	Б	Можно ли назвать компанию IBM, продающую права на использование технологий, патенты на которые ей принадлежат, патентным троллем? а) Да б) Нет в) Да, но только в случае, если IBM не использует эти технологии в собственной производственной деятельности	УК-2	2
22	Б	В случае, если Ваша компания разработала изобретение, провела патентный поиск, подала заявку и получила от патентного ведомства уведомление о проведении в отношении изобретения экспертизы по существу, а также получила дату приоритета и номер документа (заявки) на патент на изобретение, а также нашла покупателя на данное изобретение, какого вида договор будет заключен? а) Патентная лицензия б) Беспатентная лицензия в) Гибридная лицензия	УК-2	2
23	Б	Какой раздел не является обязательным в лицензионном договоре на использование изобретения, охраняемого патентом в режиме РСТ (возможно несколько вариантов ответа)? а) Информация об усовершенствованиях, вносимых в технологию, составляющую основу для предмета сделки б) Перечень сотрудников Лицензиата и Лицензиара, имеющих доступ к информации о технологии в) Информация о сроке действия договора	УК-2	2
24	А	Какой тип лицензии (исключительная или неисключительная) наиболее выгоден для Лицензиара? а) Простая (неисключительная) лицензия, потому что Лицензиар сможет продать права на разработку и другим покупателям б) Простая (неисключительная) лицензия, потому что цена сделки будет выше, нежели чем при заключении договора исключительной лицензии, ведь объем передаваемых прав значительно больше при простой лицензии в) Исключительная лицензия, так как с Лицензиара снимается обязательство по уплате пошлин за поддержание патента в силе.	УК-2	2
25	В	Каким образом может быть исчислена цена договора на основании метода роялти (возможно несколько вариантов ответа)? а) На основании четко оговоренной суммы, не превышающей стоимости затрат Лицензиара на разработку б) На основании процента от стоимости ежемесячного фонда оплаты труда работников Лицензиара в) На основании процента от выручки Лицензиата, полученной от продажи продукта, основанного на технологии, права на которую переданы по лицензионному договору	УК-2	2
26	А	Что является основой возникновения бизнес-идеи (возможно несколько вариантов ответа)? а) Возможности б) Ценности в) Получение прибыли	УК-9	2
27	Б	Бизнес-модель – это: а) Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана б) Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли) в) Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке	УК-9	2
28	В	Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются (возможно несколько вариантов ответа): а) Сочетание динамического и статического подхода к бизнес-моделированию процессов б) Использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса в) Целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как корпоративная стратегия, структурные, финансовые, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте	УК-9	2
29	А	Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами (возможно несколько вариантов ответа): а) Постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей,	УК-9	2

		умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями б) Эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами в) Эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать		
30	Б	Шаблон бизнес-модели А.Остервальдера и И.Пенье включает в себя следующие блоки (возможно несколько вариантов ответа): а) Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты б) Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек в) Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики	УК-9	2
31	В	Стадии бизнес-планирования включают в себя следующие: а) Определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности б) Стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование в) Определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков	УК-9	2
32	А	Стратегические решения обладают следующими характеристиками: а) Необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления б) Характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников в) Принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации	УК-9	2
33	Б	Дайте определение целям компании (возможно несколько вариантов ответа): а) Желание стартапера или предпринимателя достигнуть результатов б) Управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки в) Получение прибыли и коммерциализация идеи	УК-9	2
34	В,Г	Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы (возможно несколько вариантов ответа): а) Макрофакторы б) Микрофакторы в) Мезофакторы г) Мегафакторы	УК-9	2
35	Б	Что такое B2C рынок? а) Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства б) Рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления в) Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя г) Рынок покупатель-покупателю	УК-9	2

2.2. Формы промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде письменного/устного опроса, тестирования и представляет собой ответы на 2 вопроса и выполнение тестовых заданий.

Примерный перечень вопросов для зачета

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения задания, мин
1	1. Внедрение нового продукта, с которым потребитель еще не знаком, либо нового уровня качества существующей продукции. 2. Внедрение новых методов производства, которые либо основываются на научных открытиях, либо могут представлять собой новый способ коммерческого использования продукта или сырья. 3. Открытие нового рынка, на который еще не заходила определенная	Перечислите ставшие уже классическими «пять типичных изменений» Й.Шумпетера,	УК-2	2

	отрасль производства некоторой страны вне зависимости от того, существовал этот рынок раньше или нет. 4. Захват нового источника сырья или полуфабрикатов вне зависимости от того, существует данный источник либо он только что был создан. 5. Реализация изменений в организации некой отрасли. В частности, занятие монопольной позиции (например, через создание трастов) или же ее утеря.	которые характеризуют инновации		
2	Инновация — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде: а) новых или усовершенствованных продуктов или услуг, внедренных на рынках; б) новых или усовершенствованных технологических процессов; в) новых способов организации производства, использованных в практической деятельности.	Дайте понятие «инновации»	УК-2	2
3	Новшество (новация) — это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований и разработок в какой-либо сфере деятельности (новое знание, метод, изобретение). Внедрение новшества, т. е. достижение практической применимости нового знания с целью удовлетворения определенных потребностей и рыночного признания превращает его в инновацию (нововведение).	Дайте понятие «новшество» с точки зрения инновационной экономики	УК-2	2
4	Основные свойства, которые в то же время являются и условием того, что рассматриваемые продукты (услуги, процессы) признаются инновациями: 1. Научно-техническая новизна внедряемых продуктов, услуг или процессов. 2. Производственная применимость: существует возможность воплощения данного новшества в конкретный продукт и дальнейшего тиражирования. 3. Коммерческая реализуемость: созданный продукт удовлетворяет потребности потенциальных потребителей и в конечном счете может приносить прибыль производителю. То есть если создан новый продукт или технология, получен патент, разработана новая концепция организации труда или управления и т. д., но все эти новшества не находят своего применения, то они не являются инновациями.	Перечислите основные свойства, которые в то же время являются и условием того, что рассматриваемые продукты (услуги, процессы) признаются инновациями	УК-2	2
5	Инновационный процесс — это процесс преобразования научного знания в инновацию (от идеи до конечного продукта и его дальнейшего практического использования). Деятельность, связанная с таким преобразованием, называется инновационной деятельностью. Другими словами, инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.	Что такое инновационный процесс?	УК-2	2
6	Согласно линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»), разработанная фундаментальная идея воплощается в прикладных исследованиях, которые служат основой для инноваций и последующей коммерциализации. Данная модель устанавливает прямую линейную связь: чем больше фундаментальных исследований, тем больше прикладных разработок, тем больше инноваций и тем больше внедряется передовых технологий.	Охарактеризуйте линейную модель, основанную на гипотезе «технологического толчка» (push)	УК-2	2
7	С конца 50-х годов XX века возникла альтернативная модель инновационного процесса, которая строится на основе гипотезы «давления рыночного спроса» (pull), согласно которой инновации возникают в результате маркетинговых исследований и обнаружения потребностей рынка. Разработка и производство подстраиваются под рыночный спрос.	Охарактеризуйте линейную модель, основанную на гипотезе «давления рыночного спроса» (pull)	УК-2	2
8	1. Интерактивная модель подразумевает, что между стадиями инновационного процесса существуют взаимодействия («петли обратной связи»), а также воздействие внешней среды. Так, в рамках данной модели допускается одновременное проектирование, маркетинг и производство нового продукта. 2. Новые идеи возникают и разрабатываются на всех стадиях инновационного процесса, т. е. фундаментальные исследования не рассматриваются в качестве единственной иницирующей силы. 3. Результаты исследований используются в различных формах на всех стадиях инновационного процесса, т. е. коммерциализация технологий возможна также на всех стадиях инновационного процесса. 4. Интерактивная модель учитывает роль менеджеров инновационного процесса и потребителей инновационных продуктов. Инновационный менеджер имеет дело с различными стадиями инновационного процесса и с учетом этого строит свою управленческую деятельность.	Назовите основные отличия интерактивной модели инновационного процесса от линейной модели	УК-2	2
9	Не все элементы инновационного процесса компания обязана создавать сама. Все чаще компании начинают работать по принципу открытых инноваций ¹ , выпуская новые продукты не только благодаря собственным внутренним разработкам, а и в сотрудничестве с другими организациями. Механизмы работы — стратегические альянсы с другими компаниями,	Охарактеризуйте принципы открытых инноваций	УК-2	2

	создание корпоративных венчурных фондов, заказная разработка и многое другое. Компании с открытыми инновациями обычно характеризуют большое число внешних идей, высокая мобильность работников, активное взаимодействие с университетами и стартапами.			
10	1. предприниматели-инноваторы, проектирующие, разрабатывающие и внедряющие новые технологии, продукты и рынки, создающие новые или модернизирующие старые фирмы, влияющие на изменения в институциональной структуре; 2. предприниматели-консерваторы, эксплуатирующие наличные технологии, производящие старые виды продукции, действующие в рамках сложившихся фирм, стремящиеся к неизменности институтов.	Назовите два вида предпринимателей, которые выделял Й.Шумпетер	УК-2	2
11	Понятие «эпохальные инновации» ввел в 1971 году нобелевский лауреат Саймон Кузнец для обозначения переворотов, которые происходят раз в несколько столетий, приводят к глубочайшим трансформациям и знаменуют переход к новому технологическому или экономическому способу производства. По его мнению, всю экономическую историю можно «разделить на экономические эпохи, каждая из которых определяется эпохальным нововведением с присущими ей характеристиками роста». Примерами эпохальных инноваций являются освоение скотоводства и земледелия, появление письменности, изобретение огнестрельного и термоядерного оружия, создание государства, распространение глобализации и др.	Что такое эпохальные инновации?	УК-2	2
12	Базисные (радикальные) инновации — это продукты, процессы или услуги, обладающие либо невиданными ранее свойствами, либо известными, но значительно улучшенными по производительности или по цене свойствами. Эти радикальные инновации создают такие значительные изменения в процессах, продуктах или услугах, что приводят к трансформации существующих рынков или отраслей или же создают новые рынки и отрасли, к примеру, сферу электронного бизнеса (благодаря появлению Интернета). Базисные инновации лежат в основе последовательной смены технологических укладов и напрямую связаны с научно-техническим прогрессом	Что такое базисные (радикальные) инновации?	УК-2	2
13	Улучшающие инновации направлены на развитие и модификацию базисных инноваций, они многочисленнее их, но отличаются значительно меньшей новизной и более коротким жизненным циклом. Улучшающие инновации представляют собой незначительные, не революционные изменения, во многом предсказуемые и предопределенные существующими знаниями, продуктами, технологиями. В рыночной экономике, по мнению исследователя Герхарда Менша, предпочтение всегда отдается улучшающим инновациям — как наименее рискованным и, как правило, более дешевым. Практически все вещи, которые нас окружают (модели телефона, компьютера и т. д.), являются улучшающими инновациями.	Что такое улучшающие инновации?	УК-2	2
14	К несущественным видоизменениям (псевдоинновациям) можно, например, отнести незначительные технические или внешние изменения в продуктах, оставляющие неизменным конструктивное исполнение и не оказывающие достаточно заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а также входящих в него материалов и компонентов. Псевдоинновации распространены, как правило, на заключительной стадии жизненного цикла системы, когда она уже в основном исчерпала свой потенциал, но всячески сопротивляется замене более прогрессивной системой.	Что такое псевдоинновации?	УК-2	2
15	Подрывные инновации (англ. disruptive innovations) ¹ — инновации, меняющие само соотношение ценностей на рынке, при котором старые продукты становятся невостребованными просто потому, что характеристики, на основе которых раньше происходила конкуренция, становятся неважными. Характеристиками подрывных бизнесов, по крайней мере на первых этапах их существования, являются: - более низкая валовая прибыль; - более узкие целевые рыночные сегменты; - более простые продукты и услуги, которые, на первый взгляд, выглядят не столь привлекательно по сравнению с уже существующими решениями (в рамках традиционных оценочных метрик).	Что такое подрывные инновации?	УК-2	2
16	Этап 0 (подготовительный): Проработка идеи Характеристики этапа Финансирование скромное. Это фаза экспериментов и очень высоких рисков с минимальными шансами на выживание. Работа с потенциальными пользователями. Исследование и оценка рынка. Создание команды. Составление дорожной карты проекта. Иногда этот этап делят на две стадии: 1. Pre-Seed (проработка идеи, формирование команды).	Чем характеризуется 0 этап (подготовительный) развития стартапа	УК-2	2

	2. Seed (анализ рынка, создание технического задания, дорожной карты проекта).			
17	<p>Характеристика этапа</p> <p>Создается MVP. MVP (от англ. minimum viable product — минимально жизнеспособный продукт) — простейший работающий прототип продукта, которым тестируют спрос до полномасштабной разработки. Корректируются гипотезы о рынке, целевой аудитории и ее потребностях, спросе и каналах продвижения. Проект финансируется из собственных средств — с высокой долей вероятности деньги будут потеряны. Целесообразно создавать юридическое лицо. Наиболее распространены организационно-правовыми формами для малого бизнеса являются общество с ограниченной ответственностью (ООО) и индивидуальный предприниматель (ИП). Правила государственной регистрации устанавливает Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».</p> <p>С точки зрения «инвестиционной» классификации данный этап соответствует стадии PreSeed.</p>	Чем характеризуется Этап 1 развития стартапа	УК-2	2
18	<p>Частной формой ООО является малое инновационное предприятие. Процесс создания малого предприятия с участием вуза регулируется Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».</p> <p>Малое инновационное предприятие — юридическое лицо, в капитал которого входит высшее учебное заведение, в этом случае все права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность на инновации) принадлежат университету.</p>	Малое инновационное предприятие	УК-2	2
19	<p>Создание МИП имеет ряд преимуществ для разработчика 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Льготное налогообложение. - Возможность аренды помещений и уникального оборудования у вуза на льготных условиях. - Дополнительное финансирование (например, программа «СТАРТ» от Фонда содействия инновациям). - Высокая конкурентоспособность за счет монополии на выпуск продукта, имеющего охранной документ, его новизны и оригинальности. - Помощь бизнес-инкубаторов. 	Преимущества создания малого инновационного предприятия для разработчика	УК-2	2
20	<p>Отрицательными сторонами МИП являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Доля государственного учреждения (университета) в составе предприятия, соответственно, его участие в распределении прибыли и принятии решений (степень участия определяется учредительными документами). - Бюрократические процедуры регистрации компании и регулярной отчетности (обычно такие процедуры берет на себя подразделение, ответственное за работу с МИП в конкретном университете). 	Недостатки создания малого инновационного предприятия для разработчика	УК-2	2
21	<p>Этап 2: Product/market fit (соответствие продукта ожиданиям целевого рынка)</p> <p>Характеристика этапа</p> <p>Проводится поиск и подтверждение конфигурации продукта и бизнес-модели. Растет команда стартапа. На этой стадии стартап может обратиться в один из ведущих бизнес-инкубаторов или акселераторов в стране своего основного рынка. На этой стадии может произойти pivot (т. е. полный перезапуск стартапа и радикальная смена бизнес-идеи), когда или если становится понятно, что первоначальные гипотезы нежизнеспособны или недостаточно амбициозны и их необходимо изменить.</p> <p>Результат этапа</p> <p>У компании, еще, возможно, нет продаж, но достигнуты высокие показатели по привлечению и удержанию аудитории, подтвержден высокий интерес рынка, создан полноценный работающий конкурентоспособный продукт. С точки зрения «инвестиционной» классификации данный этап соответствует стадии Seed.</p>	Чем характеризуется Этап 2 развития стартапа	УК-2	2
22	<p>Этап 3: Traction (динамика роста)</p> <p>Характеристика этапа</p> <p>Интерес целевой аудитории и жизнеспособность продукта подтверждаются показателями роста — аудиторией и/или продаж — и работающей юнит-экономикой. Команда проекта увеличивается (измеряется в десятках человек), появляются лояльные клиенты, первые продажи, тестируются маркетинговые каналы привлечения клиентов, воронка продаж и сервисная поддержка.</p> <p>Результат этапа</p> <p>Компания осуществляет деятельность на своем ключевом рынке, есть проверенная бизнес-модель, накоплена статистика ключевых показателей за 6 месяцев, которые подтверждают рост и жизнеспособность, полностью сформирована команда стартапа, отработаны каналы продвижения, возможны продажи, исчисляемые в миллионах.</p>	Чем характеризуется Этап 3 развития стартапа	УК-2	2

	На этом этапе большинство стартапов сталкиваются с «долиной смерти».			
23	<p>Этап 4: Рост и укрепление позиций</p> <p>Характеристика этапа</p> <p>Формализация всех бизнес-процессов, существенный рост штата компании, активный рост и продажи, разработка стратегии масштабирования. В команде могут работать уже до сотни сотрудников. По сути, с этого момента компания уже перестала быть стартапом и стала полноценным бизнесом.</p> <p>Результат этапа</p> <p>Полностью отработана стратегия и бизнес-процессы, создана основа для дальнейшего масштабирования, объем продаж измеряется десятками миллионов в год.</p> <p>С точки зрения «инвестиционной» классификации данный этап соответствует стадии Раунд А.</p>	Чем характеризуется Этап 4 развития стартапа	УК-2	2
24	<p>Этап 5: Масштабирование и захват рынков</p> <p>На данном этапе важно укрепить свои позиции на основном и на других рынках в качестве одного из лидеров и, по возможности, создать барьер для входа конкурентов.</p> <p>Результат этапа</p> <p>Компания укрепляется на рынке или нескольких рынках как лидер в своей нише, имея существенную долю и уверенно растущие показатели. К этому времени с момента основания проекта может пройти от 7 до 10 лет, а компания уже имеет офисы с тысячами или десятками тысяч сотрудников в различных странах. Все готово для публичного размещения акций и возврата инвесторами своих вложений.</p> <p>С точки зрения «инвестиционной» классификации данный этап соответствует стадии Раунд В.</p>	Чем характеризуется Этап 5 развития стартапа	УК-2	2
25	<p>Этап 6: IPO (публичное размещение)</p> <p>Если компания не была куплена стратегическим инвестором или конкурентом, она становится публичной для привлечения дополнительного финансирования, если это необходимо, а также для возврата денег инвесторам, чьи акции конвертируются и их можно свободно продавать публично.</p> <p>До этой стадии доходит только 0,1% проекта с PreSeed-стадии.</p> <p>Примерами российских компаний, дошедших до IPO и торгующихся на международных биржах, являются «Яндекс», Mail.ru Group, Qiwi, Luxoft и несколько других.</p>	Чем характеризуется Этап 6 развития стартапа	УК-2	2
26	<p>Факторы, ограничивающие внедрение новых технологий в индустрию:</p> <p>Фактор бизнес-логики.</p> <p>Логика бизнеса состоит в том, что любые новшества и изменения в свойствах продукта, технологии его изготовления и бизнес-модели продаж подчинены основной цели увеличения прибыльности, которая, в свою очередь, достигается решением двух основных задач:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение издержек бизнеса. 2. Увеличение выручки от продаж. <p>Только в том случае, когда новые научно-технические решения приводят к решению одной из этих задач, они будут востребованы.</p> <p>Фактор времени. Внедрение новых технологий возможно тогда, когда инвестиции в технические решения предыдущего поколения уже окупились.</p> <p>Фактор объемов инвестиций и рынка.</p> <p>Внедрение нового технологического решения может оказаться неэффективным по причине высокой стоимости внедрения.</p> <p>Фактор индустриального стандарта. Если предложенное решение превышает по качеству и экономике существующее, но требует серьезного изменения отраслевых стандартов, оно имеет низкие шансы на внедрение.</p> <p>Несмотря на существующие факторы, ограничивающие внедрение новых технологий в индустрию, рынок коммерческого НИОКР очень велик и постоянно растет.</p>	Факторы, ограничивающие внедрение новых технологий в индустрию	УК-2	2
27	<p>Открытые инновации — парадигма, утверждающая, что компания должна использовать внешние идеи, а также внешние и внутренние пути к рынку как способ ускорить и совершенствовать технологии, продуктовые линейки и бизнес-модели.</p> <p>Основной тенденцией индустриальных компаний является активное привлечение внешних разработок и компетенций. Фокус передовых разработок сместился из закрытых корпоративных лабораторий в небольшие команды разработчиков в вузах, научных центрах и небольших независимых компаниях, за которые конкурируют лидеры мировой индустрии.</p> <p>На рынках различных отраслей уровень «открытости» инноваций существенно разнится, причем в некоторых областях уже более половины НИОКР выполняется не внутренними усилиями компаний, а сторонними разработчиками, которым либо заказывается НИОКР, либо компании которых приобретаются самими крупными индустриальными корпорациями.</p>	Открытые инновации	УК-2	2

28	<p>Поиск контактов и коммуникации</p> <p>При работе с клиентом в области коммерческого НИОКР наиболее важно найти тех сотрудников компании, для которых решаемая вами проблема действительно является «болью» и которые могут принимать решения о заключении НИОКР-контрактов. С этими сотрудниками нужно общаться лично, а не в переписке. Следует искать контакты с двумя типами людей: «Владелец боли». Это тот человек в компании, который персонально заинтересован в решении проблемы. ЛПР — лицо, принимающее решение. Это тот ключевой стейкхолдер, который владеет бюджетом. В первую очередь нужно искать тех, на кого можно выйти лично, либо самостоятельно, либо через друзей или родственников, а также через социальные сети, клубы и ассоциации выпускников, любые другие неформальные контакты.</p>	Поиск контактов и коммуникации при работе с клиентом в области коммерческого НИОКР	УК-2	2
29	<p>В последние годы на начальной стадии реализации стартапа используется такой новый инструмент привлечения финансирования, как краудфандинг (от англ. crowd — толпа и funding — финансирование). Краудфандинг — это привлечение финансовых ресурсов от практически неограниченного числа людей для реализации продукта или услуги, проведения различных мероприятий, социальных, креативных или бизнес-проектов и др. Самой популярной международной краудфандинговой платформой является созданная в 2009 году американская Kickstarter (https://www.kickstarter.com/), проекты которой выбирают для инвестиций корпорации и венчурные фонды. Данная платформа использует в своей работе стандартную модель «Все или ничего», т. е. привлеченные средства авторы проекта забирают в случае полного сбора всей заявленной суммы. В России краудфандинг в основном используется для финансирования стартапов и локальных бизнес-проектов. Самыми активными в России являются краудфандинговые площадки Boomstarter (boomstarter.ru/) и Planeta (https://planeta.ru/), созданные в середине 2012 года.</p>	Краудфандинг как источник финансирования стартапа	УК-2	2
30	<p>Гранты — это безвозвратные средства, выделяемые для достижения конкретных целей в согласованные сроки.</p> <p>В случае получения грантов следует заранее побеспокоиться, чтобы выделенный грант не подпадал под налогообложение как обычный доход, полученный инновационной компанией. Гранты, имеющие специальное назначение и предоставленные любой российской организации, любому российскому инновационному предприятию, не облагаются налогом на прибыль, если соблюдаются следующие условия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Они предоставлены на безвозмездной основе. 2. Они предоставлены индивидуальными лицами или некоммерческими организациями, включенными в перечень, утвержденный Правительством РФ. 3. Они предоставлены для решения определенных программ в области образования, искусства, культуры, защиты окружающей среды, научных исследований. 4. Организация, предоставившая гранты, ставит определенные условия расходования денежных средств их получателем и требует отчет, подтверждающий характер и цели расходования денежных средств. 	Гранты как источник финансирования стартапа	УК-2	2
31	<p>В отличие от всех остальных источников финансирования существенно зависит от специфики и уровня развития инновационной инфраструктуры и экономики страны, где осуществляется инвестиция. Средства, выделяемые на поддержку малых компаний, почти всегда локальны — они привязаны к деятельности компании в рамках области, города или административного округа. Процесс конкурсного отбора компаний в этом случае тоже происходит в данном территориальном образовании.</p> <p>Государственные деньги могут выделяться в виде грантов или в виде государственных контрактов. В обоих случаях предприниматель не жертвует долей компании, как это обычно бывает при оформлении отношений с бизнес-ангелами или венчурным фондом, а сохраняет полный контроль и права собственности на компанию, что, безусловно, является существенным достоинством этого источника финансирования. Основные издержки предпринимателя по данному способу финансирования составляет объемная отчетность. Срок между подачей заявки на получение государственных денег и приходом этих денег на счет компании достаточно велик. В редких случаях он составляет меньше шести месяцев — чаще растягивается до одного года.</p>	Государственные гранты и программы поддержки малого предпринимательства как источник финансирования стартапа	УК-2	2
32	<p>Для начала нужно определить свою «вселенную» (SPACE), пространство, в котором придется работать проекту.</p> <p>Модель SPACE (англ. supplier — product — average price — customer — evaluation) — модель, отражающая пространство (space) и орбиту «полета» бизнеса. Представляет собой три концентрические окружности,</p>	С чего же стоит начать при создании стартапа?	УК-2	2

	разделенные на пять секторов, характеризующие: стартап как поставщика продукта, сложность предлагаемого продукта, среднюю цену продукта, количество потенциальных покупателей и принятие решения о покупке.			
33	<p>Процесс подготовки коммерческого предложения обычно состоит из следующих основных этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка ценностного предложения. В ценностном предложении вы формулируете то, что вы можете сделать. При описании результата нужно указать, что конкретно будет поставлено заказчику. 2. Определение видов и оценка стоимости работ. Далее нужно: <ul style="list-style-type: none"> - оценить, из каких работ состоит выполнение потенциального контракта; - оценить требуемые для этого ресурсы и стоимость их привлечения. 3. Имеющиеся ресурсы. Для успешного заключения контракта необходимо убедить потенциального заказчика в том, что вы действительно справитесь с порученной работой лучше других. 4. Сборка коммерческого предложения. В коммерческом предложении вы формулируете: <ul style="list-style-type: none"> - «Большую», ценность и ожидаемые результаты. - Состав работ по проекту. - Описание команды проекта. - Описание имеющихся ресурсов. - Цену контракта. <p>После того как коммерческое предложение подготовлено, можно приступать к переговорам.</p>	Этапы процесса подготовки коммерческого предложения	УК-2	2
34	<p>Многие сделки не доходят до конца по следующим причинам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Технология не соответствует ожиданиям компании. - Технология оказывается экономически невыгодной. - Стороны не договорились об условиях. 	Причины не заключения контрактов с индустриальным заказчиком	УК-2	2
35	У вновь созданной компании в большинстве случаев нет ликвидных активов под обеспечение кредита, нет достаточного собственного капитала и нечем пока еще расплачиваться по процентам. Все, что есть у стартапа, — это собственный небольшой капитал да изобретение, только под него начинающая компания и может привлечь инвесторов, но для этого предпринимателю еще нужно убедить инвесторов в перспективности своей идеи и основанной на этой идее компании. Среди основных источников финансирования на начальных и ранних стадиях развития инновационной компании (seed stage, start-up, early stage) можно выделить самофинансирование, бутстрэппинг, гранты, средства вузов и технопарков, а также посевные фонды и средства бизнес-ангелов.	Источники финансирования инновационной деятельности	УК-2	2
36	Личные сбережения граждан — это способ финансирования малых инновационных фирм путем приобретения и использования финансовых ресурсов без привлечения венчурного капитала или получения банковского займа. Неся в себе многие преимущества для предпринимателей, этот способ является наиболее подходящим для перевода фирмы на коммерческую деятельность и создания условий для ее последующего финансирования внешними инвесторами	Личные сбережения граждан как источник финансирования инновационной деятельности	УК-2	2
37	<p>Бутстрэппинг — это развитие собственного небольшого бизнеса с нуля без привлечения инвестиций либо при минимальном участии внешнего капитала.</p> <p>доступным способом первоначального финансирования при использовании бутстрэппинга можно отнести лизинговое приобретение необходимой аппаратуры, собственные сбережения, заем у друзей и родственников, офис или мастерская на дому, работа без аренды помещения, развитие бизнеса при параллельной занятости на основной работе, приобретение не новых, бывших в употреблении агрегатов, кооперация при покупке материалов с другими, такими же начинающими дельцами. Зачастую это позволяет получить большую оптовую скидку, привлечение к проекту друзей и родственников, согласных работать на перспективу, аренду помещения в складчину с другими фирмами, привлечение грантов, бартерный обмен неиспользованных товаров на нужные вам услуги, сотрудничество с наемными работниками вместо предоставления им постоянной работы и т. д.</p>	Что такое бутстрэппинг?	УК-2	2
38	<p>Небольшой объем доступных финансовых средств</p> <p>Временные затраты: постоянный мониторинг программ поддержки инновационных стартапов в вузах, научных парках, центрах трансфера технологий, бизнес-инкубаторах</p> <p>Практически невозможно использовать данный источник на следующих этапах развития компании</p> <p>Высока зависимость от авансовых платежей со стороны будущих</p>	Недостатки стратегии финансирования за счет грантов, средств вузов	УК-2	2

	<p>покупателей</p> <p>Перед размещением на площадке структуры компании необходимо пройти жесткий конкурсный отбор, где судьями выступают ученые различных областей наук, менеджеры данной структуры, а также представители других организаций, связанных с инновационной и научной деятельностью</p>			
39	<p>Основными чертами малой группы являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Немногочисленность, т. е. численность малой группы составляет от двух до 100 человек, в то время как численность проектной группы ограничивается семью, реже 10 участниками. - Наличие структуры, т. е. распределение функций внутри группы. - Определенность количественного и качественного состава группы. - Наличие у каждого из членов группы статуса/ положения в группе. - Непосредственное общение между членами группы. 	Перечислите основные черты малой группы в инновационной экономике.	УК-9	2
40	<p>Можно выделить следующие важнейшие отличительные характеристики проектной команды по сравнению с малой группой:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Команду от группы отличает положительная экспансивность. - В команде существует система распределения ролей. - «Самонастройка» и гибкость команды. 	Назовите важнейшие отличительные характеристики проектной команды по сравнению с малой группой	УК-9	2
41	<p>Тимбилдинг — процесс сознательного построения команды, предполагающий подбор участников и распределение ролей.</p> <p>Процесс формирования проектной команды объединяет четыре этапа тимбилдинга. На первом этапе формируется ядро команды, каждый из участников может стать командным лидером. На втором этапе создается стратегия, что предполагает формирование целей и планируемых результатов деятельности команды.</p> <p>Третий этап - подбор участников и распределение ролей.</p> <p>Четвертый этап - формирование командного духа и субкультуры команды</p>	Что такое тимбилдинг?	УК-9	2
42	<p>В японском менеджменте сформулированы основные условия («заповеди») формирования командного духа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Служение общей благой идее. - Честность. - Совместная работа. - Постоянное совершенствование. - Вежливость и взаимное уважение. <p>При всей, казалось бы, простоте сформулированных условий следовать им вовсе не так уж просто, ведь менеджеру придется полностью отказаться как от любых способов манипуляции участниками проекта, так и от таких административных приемов повышения эффективности, как жесткий контроль и система наказаний.</p>	Как сформировать командный дух?	УК-9	2
43	<p>Мозговой штурм: все участники группы выдвигают свои идеи, любые идеи записываются, затем их анализируют, развивают, выбирают наилучшую идею.</p> <p>Метод «шести шляп» Эдварда де Боно является разновидностью метода мозгового штурма, который заключается в рассмотрении любой проблемы или идеи с разных ракурсов. Метод «шести шляп» — это ролевая игра, где шляпа определенного цвета означает определенный тип мышления: «белая шляпа» — выявление причинно-следственных связей и закономерностей в развитии явлений; «красная шляпа» — интуитивные догадки и ощущения; «черная шляпа» — оценка идеи на предмет возможных рисков; «желтая шляпа» — поиск сильных сторон и преимуществ каждого решения; «зеленая шляпа» — неординарный взгляд на идею; «синяя шляпа» — подведение итогов.</p> <p>Составление ментальных, или ассоциативных, карт.</p> <p>Синектика, или метод аналогий. Отталкиваясь от прямых аналогий, можно прийти к противоположному неожиданному решению.</p>	Назовите основные методы генерирования бизнес-идей	УК-9	2
44	<p>Условно можно разделить все бизнес-идеи на два типа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Традиционные (способ получения прибыли на традиционных рынках с помощью традиционных методов). 2. Инновационные (способ получения прибыли с использованием «новшеств» — новых технологий, товаров и услуг, зачастую инициирующих создание новых рыночных потребностей и новых рынков). 	Назовите два типа бизнес-идей	УК-9	2
45	<p>Бизнес-модель — это концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли)3.</p> <p>Бизнес-модель компании или проекта позволяет ответить на следующие ключевые вопросы: кто наши потребители? Какие продукты/услуги мы предоставляем нашим потребителям? Что нас отличает от конкурентов? Каким образом мы генерируем прибыль?</p>	Что такое бизнес-модель?	УК-9	2
46	<p>На основе модели, предложенной исследователями М. Джонсоном, К. Кристенсенем и Х. Кегерманном, условно можно выделить четыре основных элемента любой бизнес-модели:</p>	Назовите основные элементы бизнес-моделей.	УК-9	2

	<p>1. Ценностное предложение. 2. Формула прибыли. 3. Ключевые ресурсы. 4. Ключевые процессы.</p> <p>Именно ценностное предложение является центральным элементом бизнес-модели. Многие компании сначала разрабатывают идею будущего продукта, а затем начинают поиск рынков их сбыта. Однако для успеха проекта вы должны в первую очередь осознать, что действительно нужно вашим потребителям и какой ценностью обладает ваш продукт для решения их проблем.</p>			
47	<p>Наиболее успешным вариантом формализации бизнес-модели является шаблон бизнес-модели, разработанный А. Остервальдером и И. Пинье. Авторы предлагают структурировать любую бизнес-модель по данному шаблону, который состоит из девяти блоков:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потребительские сегменты — это те группы потребителей, для которых собирается работать компания. 2. Ценностное предложение отражает те преимущества, которые получит клиент, воспользовавшись продуктом или услугой данной компании 3. Каналы сбыта — то, как компания взаимодействует с потребительскими сегментами и доносит до них свои ценностные предложения. 4. Взаимоотношения с клиентами — характер отношений с клиентами в зависимости от решаемых компанией задач: приобретение клиентов; удержание клиентов; увеличение продаж. 5. Потоки поступления дохода — материальная прибыль, которую компания получает от каждого потребительского сегмента. 6. Ключевые ресурсы — наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели и позволяющие создавать и доставлять до потребителя ценностные предложения. 7. Ключевые виды деятельности — действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели. Это те виды деятельности, без которых невозможна эффективная работа компании. 8. Ключевые партнеры — сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель. 9. Структура издержек — это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели. 	Формализация бизнес-модели. 9 блоков шаблона бизнес-модели.	УК-9	2
48	<p>Бизнес-план — это программа (дорожная карта) последовательной реализации действий компании, включающая в себя основные сведения о компании, основном виде деятельности, производимом продукте/услуге, процессе производства, целевых рынках сбыта, маркетинге, организации бизнес-процессов, а также оценку эффективности.</p> <p>В бизнес-плане систематизируются цели и миссия компании/проекта, основные компетенции при создании ценностного предложения, основные положения деятельности, развития компании на определенный период, базовым фундаментом которого является бизнес-модель</p>	Бизнес-план в инновационной экономике	УК-9	2
49	<p>Целевой сегмент — это один из сегментов рынка, выбранный в качестве основного для компании с точки зрения разработки и реализации продукции.</p> <p>Фирма может работать с одним сегментом (концентрированный маркетинг) или с несколькими сегментами (дифференцированный маркетинг), а также на рынках B2C и B2B.</p> <p>Параметры привлекательности сегмента:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Емкость сегмента (реальная); перспективы роста сегмента (потенциальная емкость). 2. Доходность сегмента (реальная и потенциальная). 3. Рентабельность работы с сегментом. 4. Насыщенность сегмента (степень удовлетворения спроса на товары данной категории в настоящее время — по количественным и качественным характеристикам товара) и конкурентная ситуация в сегменте. 	Что такое целевой сегмент рынка? Параметры привлекательности сегмента.	УК-9	2
50	<p>Для этого в сфере высокотехнологичного предпринимательства используются следующие понятия: PAM, TAM, SAM, SOM.</p> <p>TAM (Total Addressable Market) — общий объем целевого рынка. SAM (Served/Serviceable Available Market) — доступный объем рынка. SOM (Serviceable & Obtainable Market) — реально достижимый объем рынка. PAM (Potential Available Market) — это некий прогноз того, как изменится в будущем TAM (общий объем целевого рынка), исходя из мировых тенденций развития.</p>	Количественная оценка целевого сегмента рынка.	УК-9	2
51	<p>Комплекс маркетинга (marketing-mix) — это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка.</p>	Что такое комплекс маркетинга?	УК-9	2

	<p>Классический комплекс маркетинга включает составляющие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Продукт (Product) — это набор «изделий и услуг», которые фирма предлагает целевому рынку. - Цена (Price) — денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара. - Каналы дистрибуции (Place) — каналы, места продажи, используемые для распространения товара. - Продвижение (Promotion) — деятельность по информированию внешней среды о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его. <p>Определив изначальный набор политик маркетинга-микс, компании следует провести процедуру customer development (сокращенно — custdev) — это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях.</p>			
52	<p>Жизненный цикл продукта охватывает все этапы существования продукта, от его «замысла» до утилизации по окончании жизненного цикла. Доходной стадией жизненного цикла является только стадия продаж, остальные стадии — расходные.</p> <p>PLM, Product Life Cycle Management, — система управления жизненным циклом продукта от разработки до утилизации после использования.</p>	Что такое жизненный цикл продукта?	УК-9	2
53	<p>Стадии жизненного цикла продукта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение рынка. 2. Разработка продукта. 3. Выход на рынок. 4. Продажи. 5. Обслуживание. 6. Утилизация. 	Перечислите стадии жизненного цикла продукта	УК-9	2
54	<p>Теория ограничений — ТОС, Theory of Constraints — методология повышения эффективности систем. Теория ограничений оперирует термином «поток», при этом это может быть поток сырья, финансов, продукции и т. п. В ТОС утверждается, что в системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место.</p>	Что такое теория ограничений?	УК-9	2
55	<p>Термин Customer development ввел в 1990-х годах американский серийный предприниматель Стив Бланк. В своей книге «Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов» он сформулировал методику Customer development, основанную на клиентоориентированном подходе к созданию бизнеса.</p> <p>Customer development — методика, согласно которой продукт обязательно должен решать проблему клиента, т. е. сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот.</p> <p>Данная концепция часто противопоставляется продукториентированному подходу («сделай классный продукт, а покупатель найдется»). Если стартапер слишком увлекся совершенствованием продукта и забыл о потребителях, проект обычно проваливается. На практике нужно соблюдать равновесие между разработкой продукта и изучением потребностей клиентов.</p>	Суть концепции Customer development	УК-9	2
56	<p>Словосочетание «интеллектуальная собственность» (сокр. ИС; англ. Intellectual Property, сокр. IP) известно всем, она окружает вас повсюду. Например, в смартфоне могут быть воплощены тысячи патентов на объекты интеллектуальной собственности.</p> <p>Примерно 15–20% всей мировой торговли в настоящее время приходится на объекты, охраняемые правом интеллектуальной собственности (защищенные патентами, торговыми марками и т. п.).</p> <p>Как понять, способна ли ваша инновация стать инструментом защиты от конкурентов и получения доходов? На международно-правовом уровне определение понятия «интеллектуальная собственность» было дано в Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (Конвенция ВОИС 1967 г.)</p> <p>Интеллектуальная собственность — это права на те или иные нематериальные результаты человеческого труда.</p>	Понятие интеллектуальной собственности	УК-9	2
57	<p>IP-стратегия инновационного проекта — это стратегия инновационного проекта в части вопросов интеллектуальной собственности. Является одной из важнейших частей общей стратегии инновационного проекта. Должна отвечать на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем состоит инновационная разработка (описание всех ее существенных признаков и ключевых конкурентных преимуществ). 2. Какие известны аналоги или наиболее близкие разработки. 3. В качестве какого вида объектов ИС разработка будет оформляться и охраняться и почему (выбор способа(-ов) и обоснование выбора). 4. Каковы планируемые способы коммерциализации разработки и обоснование их выбора. 5. Планируется ли правовая охрана «бренда» проекта и в какой форме (с 	IP-стратегия инновационного проекта	УК-9	2

	обоснованием выбора).			
58	<p>Стартап (англ. startup — «запуск», «стартующая, начинающая компания») — это вновь созданная организация, которая занимается разработкой новых товаров или услуг в условиях чрезвычайной неопределенности¹. Стартап — это не просто маленькая компания. Его основными отличиями и преимуществами являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гибкость и оперативность принятия решений. 2. Более выражена проектная, а не продуктовая составляющая. 3. Воспроизводимая бизнес-модель — способность повторять достигнутые результаты (повторные продажи, тиражирование бизнес-модели на другие сегменты аудитории и т. д.). 4. Масштабируемость — возможность взрывного роста без пропорционального увеличения количества затраченных ресурсов. 	Что такое стартап?	УК-9	2
59	<p>Бережливый стартап (Lean Startup) — метод быстрого тестирования идей новых продуктов на реальных потребителях и постоянной корректировки бизнес-модели с тем, чтобы начинать масштабные вложения только тогда, когда идея подтверждена фактами. Данный подход включает методы бережливого производства, дизайн-мышление, модель развития потребителей и гибкую методологию разработки.</p> <p>В 2011 году Эрик Рис в своей книге «Бизнес с нуля» предложил методику «бережливого стартапа». Главной идеей данной методики является то, что традиционный подход к бизнесу не применим к стартапам из-за крайне высокой неопределенности условий, в которых развивается стартап. Основой методики является цикл «создать — оценить — научиться», который заключается в том, что сначала создается «миниатюрная», или пробная, версия продукта, оцениваемая потребителями, и только после этого принимается решение, продолжать разработку продукта или нет. В основе методики «бережливого стартапа» лежат процессы непрерывного обучения и экспериментирования. Таким образом, на первый план выходят вопросы тестирования гипотез опытным путем, изучение отзывов потребителей в процессе разработки продукта, а также разработка продукта «короткими циклами».</p>	Что такое бережливый стартап?	УК-9	2
60	<p>Бизнес-ангелы — это частные инвесторы (физические или юридические лица), которые инвестируют собственные средства в компании на начальных стадиях развития, обладающие значительным потенциалом роста, как правило, без предоставления какого-либо залога. Они ставят своей основной целью продать свою долю в компании через несколько лет, получив при этом доход, в несколько раз превышающий первоначальные вложения.</p> <p>Часто финансирование, получаемое от бизнес-ангелов, позволяет компании продвинуться с разработкой продукта или услуги настолько, что уже на ранних стадиях развития становится целесообразным привлекать венчурное финансирование или начинать переговоры со стратегическими инвесторами. Кроме непосредственно денег, бизнес-ангелы могут приносить в компанию и нефинансовые ресурсы. Поскольку в прошлом бизнес-ангелы были успешными предпринимателями, то, с одной стороны, они могут быть хорошими советниками для основателей компании и топ-менеджмента в вопросах стратегии, продаж и персонала. С другой стороны, так как в настоящем они являются обеспеченными и влиятельными людьми и обладают широким кругом знакомств в бизнес-среде, то могут служить источником контактов с потенциальными клиентами и инвесторами.</p>	Кто такие бизнес-ангелы?	УК-9	2
61	<p>Венчурный капитал (от англ. venture capital) буквально означает высокорисковый капитал, т. е. такой капитал, который направляется на финансирование молодых быстрорастущих компаний в обмен на долю в их собственности с целью долгосрочного участия в управлении и осуществлении выхода на этапе максимальной рыночной стоимости, при этом такие инвестиции отличаются высокой степенью риска и высокой доходностью.</p> <p>В случае венчурного финансирования необходимые средства могут предоставляться под перспективную идею без гарантированного обеспечения имеющимся имуществом, сбережениями или прочими активами предпринимателя. Единственным залогом служит специально оговариваемая доля акций уже существующей или только создающейся компании. Венчурные фонды или компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не находятся в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами — физическими или юридическими лицами. В отличие от кредита, венчурные деньги предоставляются на безвозвратной, беспроцентной и беззалоговой основе. Венчурный инвестор, обменивая свои деньги на долю в уставном капитале, рассчитывает в итоге получить внушительную «премию» за риск благодаря многократному увеличению стоимости компании по мере ее развития.</p>	Что такое венчурный капитал?	УК-9	2

62	<p>Финансовая модель — система кровообращения бизнеса, в которой отражаются все финансовые потоки предприятия (доходы, расходы), а также изменения в стоимости материальных активов бизнеса (амортизация, капитальные вложения); которая дает представление о финансовом состоянии бизнеса и служит цели принятия управленческих решений. Финансовая модель позволяет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определить денежные потоки фирмы: поступления, оттоки и результирующее сальдо. - Оценить экономическую эффективность проекта. - Оценить стоимость бизнеса. - Оценить влияние факторов внешней среды на деятельность фирмы (макросреда, система налогообложения, пр.). - Провести анализ различных вариантов управленческих решений (покупка или аренда, условия расчетов с покупателями и поставщиками, расширение сегодня или через год, пр.). - Оценить потребность в источниках финансирования. - Оценить платежеспособность бизнеса (актуально для банков). 	Что такое финансовая модель в технологическом предпринимательстве	УК-9	2
63	<p>Для оценки эффективности проектов используются различные методы. Все применяемые на практике методы чаще всего делят на две группы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Статические методы — в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, учитываются как равноценные. 2. Динамические методы — в которых финансовые показатели методом дисконтирования приводятся к единому моменту времени, обеспечивая их сопоставимость. Расчет показателей эффективности проектов осуществляется в соответствии с Методическими рекомендациями и на основе международных стандартов UNIDO. <p>Статические методы оценки эффективности проектов используются для предварительной оценки инвестиционной привлекательности инновационных проектов, и поэтому рекомендуются на ранних этапах их экспертизы.</p> <p>Группа методов динамической оценки эффективности инновационных проектов основана на концепции дисконтирования.</p>	Назовите методы оценки эффективности инновационных проектов	УК-9	2
64	<p>Наиболее вероятный источник первичного рискованного капитала после личных сбережений.</p> <p>Компании, располагающиеся на территории структуры, имеют больше шансов получить какой-либо заказ, чем такого же рода компании, но располагающиеся вне инновационной площадки. Этому способствует имидж, которым обладает, например, Научный парк и который при ведении переговоров отчасти переносится на малую инновационную компанию.</p> <p>Нефинансовая поддержка: предоставление бесплатно или на правах льготной аренды зданий, сооружений, коммуникационных сетей.</p> <p>Использование связей администрации, необходимых для поиска источников финансирования инновационной деятельности, партнеров и потенциальных потребителей инновационного продукта\услуги.</p> <p>Предоставление бесплатно или на льготных условиях сервисных услуг, необходимых для эффективной работы бизнеса, таких как ведение бухгалтерии и т. п.</p> <p>Помощь в решении вопросов интеллектуальной собственности, связанных с использованием разработок и ноу-хау, созданных учеными-предпринимателями совместно с кафедрой или лабораторией при работе в университете.</p>	Достоинства стратегии финансирования за счет грантов, средств вузов	УК-9	2
65	<p>Правильный ответ в данном случае: «для самого себя». Роль финансовых прогнозов состоит не в том, чтобы действительно спрогнозировать объем продаж и предполагаемую прибыль, а в том, чтобы понять, как устроен предполагаемый бизнес с точки зрения денежных потоков. Строя финансовые прогнозы, предприниматель получает возможность разобраться в том, как взаимосвязаны различные компоненты его бизнеса. Несмотря на наличие общих принципов, каждый бизнес имеет свои уникальные особенности. Количество этих особенностей возрастает для обычных технологических компаний, а для инновационных компаний возрастает многократно. Поэтому для более тщательной оценки бизнес-модели, прогнозирования деятельности компании, оценки потребностей в финансировании, а также ряда других задач создается финансовая модель компании.</p>	Для кого и зачем предприниматель строит свои финансовые прогнозы.	УК-9	2
66	<p>Выстраивание связей между всеми критически важными компонентами операционной и иной деятельности компании позволяет частично оценить привлекательность бизнеса. Однако в подобной системе нелегко учесть то, как различные категории доходов и расходов распределены во времени. Неожиданно наложившиеся друг на друга существенные расходы в нескольких категориях могут истощить деньги на счету компании. Начинать компании практически неоткуда взять денег в долг даже на короткое время, поэтому финансовые трудности могут привести к</p>	Какое новое знание о предполагаемом бизнесе компании несет финансовая модель?	УК-9	2

	<p>невыплате зарплаты, появлению сомнений в успешности предприятия, падению энтузиазма сотрудников, уходу некоторых из них и зачастую даже к закрытию компании.</p>			
67	<p>К классическим пользователям финансовой модели относятся: Менеджмент компании — для принятия управленческих решений по текущей деятельности (планирование, эффективность), при запуске новых проектов, для определения потребности в финансировании и оптимальных источников финансирования, для оптимизации портфеля активов, при разработке стратегии бизнеса, для обеспечения роста рыночной стоимости бизнеса. Банки — для оценки платежеспособности бизнеса. Акционеры — для принятия решений о продаже или покупке бизнеса или акций (напрямую или через финансовые рынки), в т. ч. стартаперы — для привлечения инвесторов. Потенциальные инвесторы, в т. ч. инвестиционные фонды. Инвестиционные банки, консультанты.</p>	<p>Назовите классических пользователей финансовой модели</p>	УК-9	2
68	<p>К основным правилам финансового моделирования можно отнести: Четкое разделение: входные данные, расчеты, результаты. Структурирование рабочего листа (разделы). Один столбец для одного периода времени во всей модели. Не скрывать столбцы, строки, листы. Различное форматирование для разных типов данных (исторические/прогнозные; абсолютные/относительные). Использовать одинаковые формулы в строках. Логика расчетов: слева — направо, сверху — вниз. Не использовать фиксированные цифры в расчетах. Ограничить использование названий диапазонов. Избегать использования внешних ссылок. Избегать использования циклических ссылок. Быть проще! Проверять модель на адекватность!</p>	<p>Перечислите основные правила финансового моделирования</p>	УК-9	2
69	<p>Денежный поток (cash-flow, «сальдо реальных денег») представляет собой разность между притоком (поступлением) и оттоком (выплатами) денежных средств на каждом шаге расчета. $NCF_t = CIF_t - COF_t$ где NCF — чистый денежный поток (сальдо денежных средств); CIF и COF — денежные поступления и выплаты по проекту.</p>	<p>Формула чистого денежного потока в технологическом предпринимательстве</p>	УК-9	2
70	<p>Оценка эффективности инновационного проекта необходима для успешного привлечения венчурного инвестора (бизнес-ангела, венчурного фонда, который в свою очередь заинтересован в достижении проектом ожидаемой рыночной стоимости. По сути, эффективность проекта предопределяет его рыночную стоимость и, соответственно, должна обоснованно максимизироваться. Однако нужно учитывать, что: - инициатор проекта скорее будет проводить расчеты для того, чтобы подтвердить свое положительное мнение об идее; - венчурного инвестора интересует вся информация о проекте, и в особенности негативные риски и угрозы. В результате столкновения нескольких альтернативных мнений резко возрастают требования к качеству оценки инновационного проекта. Эффективность рассчитывается на весь срок жизни инновационного проекта, который называется расчетным периодом. При оценке проектов используются такие виды эффективности, как эффективность проекта в целом, эффективность участия в проекте, а также оценивается стоимость проекта.</p>	<p>Для чего необходима оценка эффективности инновационного проекта?</p>	УК-9	2
71	<p>Расчетный период проекта — промежуток времени от момента начала реализации проекта до его завершения, за который рассчитываются планируемые затраты и результаты проекта при определении его эффективности. Измеряется количеством интервалов планирования или шагов расчета. Шагом расчета может быть месяц, квартал или год.</p>	<p>Расчетный период инновационного проекта</p>	УК-9	2
72	<p>В качестве критерия экономической эффективности может рассматриваться чистая прибыль инновационного предприятия либо его потенциальная капитализация (прогнозная стоимость проекта). Однако в инновационном предпринимательстве зачастую компания оценивается не по текущему уровню прибыли, а по его потенциалу в будущем, который может быть отражен в прогнозном денежном потоке компании. В этой связи компания чаще оценивается по ее потенциальной стоимости, которая все же зависит в том числе и от текущей прибыли компании.</p>	<p>Критерий экономической эффективности инновационного проекта</p>	УК-9	2
73	<p>В целях оценки эффективности инновационного проекта возможно применение модели Питера Боера, где стадии развития инновационного проекта разбиваются для удобства анализа на следующие стадии:</p>	<p>Применение модели Питера Боера подхода Фрэнка</p>	УК-9	2

	инкубационная, состоящая из шести этапов, понимается как стадия развертывания проекта и к ней применяется термин «инновационное окно». После наступления стадии «зрелого» роста оценка эффективности не заканчивается, а будет применяться подход, используемый Фрэнком Уэбстером, а именно фазы насыщения и спада, в которых возможны как «гибель» технологии, так и существование на уровне рентабельности традиционного проекта.	Уэбстера в целях оценки эффективности инновационного проекта		
74	Чистая текущая стоимость — NPV (англ. Net Present Value) — один из важнейших показателей оценки эффективности инноваций. Чистая текущая стоимость определяется как разность между результатами и инновационными затратами за расчетный период, приведенными к начальному периоду проекта. Оценивает эффект проекта и определяет тот вклад, который увеличивает ценность капитала.	Чистая текущая стоимость — NPV – в технологическом предпринимательстве	УК-9	2
75	Внутренняя норма рентабельности (доходности) — IRR (англ. Internal Rate Of Return) — представляет собой такое значение нормы дисконта, при которой чистая текущая стоимость проекта равна нулю. Внутренняя норма рентабельности позволяет сделать выбор между инвестициями в проект и альтернативными вложениями: если последние имеют более высокую ставку доходности, целесообразно отказаться от проекта в их пользу.	Внутренняя норма рентабельности в технологическом предпринимательстве	УК-9	2
76	Дисконтированный срок окупаемости проекта — DPP (англ. Discounted Payback Period) — представляет собой период времени, в течение которого накопленный дисконтированный денежный поток покрывает величину инвестированного капитала. Чем меньше срок окупаемости проекта, тем выше его эффективность.	Дисконтированный срок окупаемости проекта — DPP – в технологическом предпринимательстве	УК-9	2

Примерный перечень тестовых заданий к промежуточной аттестации

Номер задания	Правильный ответ *	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения задания, мин
1.	Г	Исследование заключалось в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это было: а) Глубинное интервью б) Анализ протокола в) Холл-тест г) Фокус-группа	УК-9	2
2.	А	Что такое time to market? а) Время, необходимое для вывода продукта на рынок б) Время на развитие рынка в) Время на поиск сегмента г) Время для проезда до рынка	УК-9	2
3.	Г	Какой из этих показателей больше РАМ (возможно несколько вариантов ответа)? а) ТАМ б) САМ в) СОМ г) Никакой	УК-9	2
4.	Г	Какой из этих показателей меньше СОМ (возможно несколько вариантов ответа)? а) ТАМ б) САМ в) РАМ г) Никакой	УК-9	2
5.	А	Что такое маркетинг-микс? а) Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга б) Набор факторов, влияющих на маркетинг в) Комплекс стратегических партнеров г) Секретная формула продукта	УК-9	2
6.	В	Что не входит в маркетинг-микс (возможно несколько вариантов ответа)? а) Продуктовая политика б) Ценовая политика в) Политика поведения на переговорах г) Сбытовая политика	УК-9	2

7.	Ж	Преимуществами модели водопада являются (выберите лишний ответ): а) Очень подробное документирование процесса на каждой стадии б) Требования к продукту четко определены в) Снижение требований к квалификации разработчиков г) Страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию д) Легко измеримые результаты каждой стадии е) Логично «встраивается» в полный жизненный цикл продукта ж) Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций	УК-9	2
8.	В	Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишний ответ): а) Не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема б) Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки в) Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях г) Менее подробная документация и стандартизация продукта	УК-9	2
9.	Б	Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (возможно несколько вариантов ответа)... а) Привлечь финансирование в проект б) Устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие в) Получить патент на изобретение г) Начать разработку продукта	УК-9	2
10.	Б	Основным принципом Теории ограничений является (выберите правильный ответ): а) Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов б) В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место в) Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства г) Прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек	УК-9	2
11.	А	Расположите формы потребности в порядке ее развития: а) Нужда – желание – запрос б) Желание – нужда – запрос в) Запрос – нужда – желание	УК-9	2
12.	А	Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним (возможно несколько вариантов ответа)? а) Барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие) б) Накладываемые семьей в) Отсутствие товара	УК-9	2
13.	Б	Как эффективнее всего снизить высоту барьера «неплатежеспособности» (товар: 3-комнатная квартира)? а) Поднять цену на товар б) Предложить рассрочку или кредит в) Снизить цену на 3%	УК-9	2
14.	В	Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса? а) Воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической сущностью б) Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства в) Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль	УК-9	2
15.	Б	Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки): а) Поиск информации – осознание потребности – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение б) Осознание потребности – поиск информации – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение в) Оценка альтернатив – поиск информации – осознание потребности – покупка – потребление – постпокупочное поведение	УК-9	2

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

3.1. Характеристика процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 5

№ п/п	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Методы оценивания	Виды выставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений, обучающихся
1.	Тесты	систематически на	экспертный	по пятибалльной	ведомость

		практических занятиях / письменно и устно / в личном кабинете		шкале	текущего контроля
2.	Промежуточная аттестация – вопросы к зачету	по окончании изучения дисциплины/ устно и письменно	экспертный	по пятибалльной шкале	зачетная ведомость, зачетная книжка

3.2. Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины во время занятий (текущий контроль успеваемости)

Критерии оценки и шкала оценивания тестов

Таблица 6

Шкала оценивания	Критерии оценки	Кол-во баллов
«Отлично»	Студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показатели рейтинга (все предусмотренные РПД учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному).	(50-100) баллов
«Хорошо»	Студент показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы, допуская незначительные погрешности, показатели рейтинга (все предусмотренные РПД учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено максимальным числом баллов).	(36-50) баллов
«Удовлетворительно»	Студент показывает достаточные, но неглубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами, для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы, достигнуты минимальные или выше показатели рейтинговой оценки при наличии выполнения предусмотренных РПД учебных заданий	(15-35) баллов
«Неудовлетворительно»	Ответы на вопросы даны не верно	(0-15) баллов

Шкала оценивания результатов выполнения работ

Таблица 7

Наименование оценочного средства		Балльная шкала
1.	Тесты	0-100 баллов
Максимальное количество баллов за семестр		100

Минимальное количество баллов для допуска к промежуточной аттестации - 51 балл.

3.3. Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины на промежуточной аттестации

Успеваемость на **зачете** определяется оценками: «зачтено», «не зачтено».

Оценку «зачтено» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **на 51-100 %**, показавший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные рабочей программой, усвоивший основную и ознакомленную с дополнительной литературой, рекомендованной программой.

Оценку «не зачтено» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **менее чем на 51%**, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных рабочей программой заданий.

Шкала оценивания результатов

Таблица 9

Процентная шкала (при ее использовании)	Оценка в системе: «зачтено - не зачтено»
0-50%	Не зачтено
51-100%	Зачтено

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала ФГБОУ ВО «СамГТУ»
в г. Белебее Республики Башкортостан

_____ Л.М. Инаходова
« ____ » _____ 20__ г.

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины (модуля)

Б1.В.02.01 «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»

по направлению подготовки (специальности) 09.03.02 «Информационные системы и технологии» по направленности (профилю) подготовки «Информационные системы и технологии»
на 20__/20__ учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Разработчик дополнений и изменений:

_____ (должность, степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (ФИО)

Дополнения и изменения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры « ____ » _____ 20__ г.,
протокол № _____.

Заведующий кафедрой _____ (степень, звание, подпись) _____ (ФИО)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.02.01 «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»

Код и направление подготовки (специальность)	<u>09.03.02 Информационные системы и технологии</u>
Направленность (профиль)	<u>Информационные системы и технологии</u>
Квалификация	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2022</u>
Выпускающая кафедра	<u>Инженерные технологии</u>
Кафедра-разработчик	<u>Инженерные технологии</u>
Объем дисциплины, ч. / з.е.	<u>72 / 2</u>
Форма контроля (промежуточная аттестация)	<u>зачет</u>

Курс	Час. / з.е.	Лек. зан., час.	Лаб. зан., час.	Практич. зан., час.	КСР	СРС	Контроль	Форма контроля
3	72 / 2	2	-	2	2	62	4	зачет
Итого	72 / 2	2	-	2	2	62	4	зачет

Универсальные компетенции:	
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Работает с нормативно-правовой документацией в сфере профессиональной деятельности
УК-2.2	Оценивает и планирует потребности в ресурсах, необходимых для реализации проектов в сфере профессиональной деятельности
УК-2.3	Формулирует цели и задачи проектов в сфере профессиональной деятельности и выбирает оптимальные способы для их решения
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.2	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Общепрофессиональные компетенции:	
не предусмотрены учебным планом	
Профессиональные компетенции:	
не предусмотрены учебным планом	

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с инновационной экономикой и технологическим предпринимательством.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в следующей форме: зачет.