

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ"

Институт отраслевой экономики и управления

Р. К. Поляков

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины
для студентов бакалавриата по направлению
подготовки 38.03.02 Менеджмент

Калининград
Издательство ФГБОУ ВО «КГТУ»
2023

Рецензент

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ИНОТЭКУ
ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет"
С. В. Саванович

Поляков, Р. К.

Интернет-предпринимательство: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент / Р. К. Поляков – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. – 97 с.

В учебно-методическом пособии приведено содержание дисциплины и даны методические указания по её самостоятельному изучению, подготовке к практическим занятиям, задания и методические указания по выполнению контрольной работы, подготовке и сдаче зачёта, выполнению самостоятельной работы. Пособие подготовлено в соответствии с требованиями утвержденной рабочей программы дисциплины "Интернет-предпринимательство" по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Табл. 3, список лит. – 22 наименования

Учебно-методическое пособие рассмотрено и одобрено в качестве локального электронного методического материала кафедрой экономики и финансов 27.05.2022 г., протокол № 07

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины рекомендовано к изданию в качестве локального электронного методического материала для использования в учебном процессе методической комиссией Института отраслевой экономики и управления ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет" 22.06.2022 г., протокол № 07

УДК 658.6

© Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Калининградский государственный
технический университет", 2023 г.
© Поляков Р. К., 2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Тематический план дисциплины и методические указания по её изучению	10
Тема 1. Виды технологического бизнеса и интернет предпринимательство	10
Тема 2. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	12
Тема 3. Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта. Бизнес-модель и ценностное предложение (Value Proposition)	13
Тема 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория.....	15
Тема 5. Product development. Разработка продукта	17
Тема 6. Customer development и Customer discovery. Ключевые идеи и термины	19
Тема 7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности	21
Тема 8. Трансфер технологий и лицензирование	23
Тема 9. От идеи к продукту. MVP. Создание и развитие стартапа	26
Тема 10. Модели монетизации: какие есть и как найти свою.	27
Тема 11. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды	29
Тема 12. Оценка инвестиционной привлекательности стартап проекта	31
Тема 13. Риски стартап проекта.....	33
Тема 14. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж	35
Тема 15. Понятие и структура инновационной среды Сущность инновационной экосистемы.....	37
Тема 16. Сущность государственной инновационной политики.....	39
Тема 17. Подготовка питча для инвесторов	41
2 Методические указания для подготовки к практическим занятиям.....	43
Практическое занятие по теме 1. Виды технологического бизнеса и интернет- предпринимательство.....	43
Практическое занятие по теме 2. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	44
Практическое занятие по теме 3. Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта. Бизнес-модель и ценностное предложение (Value Proposition)	45
Практическое занятие по теме 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория	46
Практическое занятие по теме 5. Product development. Разработка продукта	46
Практическое занятие по теме 6. Customer development и Customer discovery. Ключевые идеи и термины	47
Практическое занятие по теме 7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности	48
Практическое занятие по теме 8. Трансфер технологий и лицензирование	49
Практическое занятие по теме 9. От идеи к продукту. MVP. Создание и развитие стартапа.....	50
Практическое занятие по теме 10. Модели монетизации: какие есть и как найти свою.....	51
Практическое занятие по теме 11. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды	52
Практическое занятие по теме 12. Оценка инвестиционной привлекательности стартап проекта.....	53
Практическое занятие по теме 13. Риски стартап проекта.....	54

Практическое занятие по теме 14. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж	55
Практическое занятие по теме 15. Понятие и структура инновационной среды. Сущность инновационной экосистемы	56
Практическое занятие по теме 16. Сущность государственной инновационной политики	57
3 Задания и методические указания по выполнению контрольной работы	58
3.1 Общие сведения, выбор варианта	58
3.2 Методические указания по выполнению контрольной работы	59
3.3 Правила определения варианта контрольной работы.....	62
3.4 Темы контрольных работ	63
3.5 Информационные технологии, программное обеспечение и интернет-ресурсы	65
4 Методические указания по проведению промежуточной аттестации	65
5 Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине	76
5.1 Цель, задачи и методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	76
5.2 Перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины	77
5.3 Типовые практические задачи по отдельным темам дисциплины	82
5.4 Темы докладов и рефератов	85
5.5 Типовые тестовые задания для итогового тестирования по дисциплине.....	86
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	94

ВВЕДЕНИЕ

Интерес к интернет-предпринимательству в последние годы активно растет, поскольку Интернет - это наиболее открытая для идей среда, что привлекает в нее множество начинающих предпринимателей. При этом многие стартапы не доживают до вывода продукта на рынок: смертность стартапов в первый год работы составляет около 90 % (данные AngelList). Данный курс, с одной стороны, удовлетворит спрос на знания в стартапах, с другой, - повысит качество стартапов. Курс по технологической стороне создания интернет-стартапа (программирование) есть в ведущих университетах мира.

Курс предназначен для студентов, интересующихся интернет-предпринимательством как на уровне малых венчурных предприятий, так и в крупных корпорациях. Исследуются различные вопросы, стоящие перед маркетологами, менеджментом и консультантами при выведении интернет-проектов на рынок и их развития.

Настоящее учебно-методическое пособие представляет собой комплекс систематизированных материалов для самостоятельного изучения дисциплины "Интернет-предпринимательство" студентами бакалавриата, обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с требованиями основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, дисциплины "Интернет-предпринимательство".

Целью освоения дисциплины "Интернет-предпринимательство" является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере интернет-предпринимательства, а также формирование у студентов профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, с учетом видов и задач профессиональной деятельности выпускника.

Курс имеет целью формирование компетенций в области управления в интернет-сфере, понимание ключевых параметров, влияющих на развитие

компании в данной области, механизмов продвижения компаний и их услуг, а также формирование конкурентоспособного продукта для потребителя. Планируемые результаты освоения дисциплины "Интернет-предпринимательство" заключаются в том, что студент должен:

- **знать:** организацию работы предприятия в интернет-сфере; специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства; инструменты исследования и анализа рынка; основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере; стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства; возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере;

- **уметь:** вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов; разрабатывать и реализовывать бизнес-модели; использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в интернет-сфере;

- **владеть:** инструментами продвижения продукции; базовыми инструментами аналитики; инструментами интернет-предпринимательства в социальных сетях.

Дисциплина "Интернет-предпринимательство" относится к блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины по выбору составляет 3 зачетных единицы (зет), т. е. 108 академических часов (81 астр. час) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работы, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплине.

Распределение трудоемкости освоения дисциплины:

- очная форма обучения: 16 ч - лекции, 14 ч – практические занятия;

- заочная форма обучения: 2 ч – лекции, 6 ч – практические занятия;

- очно-заочная форма обучения: 2 ч – лекции, 6 ч – практические занятия.

К видам текущего контроля результатов освоения дисциплины "Интернет-предпринимательство" относятся задания, выполняемые студентами на учебных занятиях и во время самостоятельной работы, а именно:

1) Тестовые задания.

Критерии оценки результатов теста:

"отлично" - 90-100 % правильных ответов в тесте;

"хорошо" - 70-90 % правильных ответов в тесте;

"удовлетворительно" - 50-70 % правильных ответов в тесте;

"неудовлетворительно" - менее 50 % правильных ответов в тесте;

2) Задания по темам практических занятий.

Критерии и шкала оценивания практических занятий:

"отлично" - правильное решение задач и формулировка выводов; полное раскрытие вопроса; раскрытие понятий и категорий; самостоятельность ответа, умение вводить и использовать собственные классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; использование дополнительной литературы и иных материалов и др.;

"хорошо" - решение задач с незначительными ошибками, неточности при формулировке выводов; недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т. п., кардинально не меняющих суть изложения; использование устаревшей учебной литературы и других источников;

"удовлетворительно" - решение задач с ошибками, формулировка выводов не верно интерпретирующих результаты; отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; наличие достаточного количества несущественных или одной-двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т. п.; использование устаревшей учебной литературы и других источников; неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.;

"неудовлетворительно" - отсутствие решения задачи; нераскрытие темы; большое количество существенных ошибок; отсутствие умений и навыков,

обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок др.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется в форме экзамена. К оценочным средствам промежуточной аттестации результатов освоения дисциплины "Интернет-предпринимательство" относятся:

- контрольные вопросы по дисциплине.

К зачёту допускаются студенты, имеющие положительные результаты прохождения текущего контроля.

Критерии оценки результатов экзамена приведены в таблице 1.

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно"; 2) "зачтено", "не зачтено"; 3) 100-балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (таблица 1).

Таблица 1 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40 %	41-60 %	61-80 %	81-100 %
	"неудовлетворительно"	"удовлетворительно"	"хорошо"	"отлично"
	"не зачтено"	"зачтено"		
1. Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2. Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40 %	41-60 %	61-80 %	81-100 %
	"неудовлетворительно"	"удовлетворительно"	"хорошо"	"отлично"
	"не зачтено"	"зачтено"		
				поставленной задачи
3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно-корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно-корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

В первом разделе приводится содержание изучаемой дисциплины и даются методические указания по её изучению.

Во втором разделе учебного пособия содержатся методические указания для подготовки к практическим занятиям.

В третьем разделе представлены задания и методические указания по выполнению контрольной работы для студентов очной и заочной формы обучения.

Четвёртый раздел содержит методические указания по проведению промежуточной аттестации.

В пятом разделе даны методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине.

В конце учебного пособия указаны рекомендуемые источники по изучению дисциплины.

1 Тематический план дисциплины и методические указания по её изучению

Содержательно структура дисциплины представлена семнадцатью тематическими блоками (темами):

Тема 1. Виды технологического бизнеса и интернет предпринимательство

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Раскройте сущность инноваций, исходя из теории Й. Шумпетера "Пять типичных изменений".

Вопрос 2. Инновации как продукт и инновации как процесс.

Вопрос 3. Принципиальное разграничение понятий "новшество" и "инновация".

Вопрос 4. Основные свойства инноваций.

Вопрос 5. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.

Вопрос 6. Модели инновационного процесса.

Вопрос 7. Интерактивная модель инновационного процесса.

Вопрос 8. Роль предпринимателя в инновационном процессе по Й. Шумпетеру. Предприниматели-инноваторы и предприниматели-консерваторы.

Вопрос 9. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.

Содержание темы

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: парадигма "закрытых инноваций", модель "открытые инновации"; соответствие бизнес-модели инновационному процессу.

Методические указания

Цель темы - призванная продемонстрировать возможные пути развития карьеры студентов. В данной теме рассматриваются преимущества и недостатки различных вариантов: работа в компании и предпринимательство, чтобы студенты получили максимально полное представление о них.

Методические материалы по теме 1

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Презентация технологий для студентов. Разъяснение правил работы студенческих команд над групповыми проектами в ходе реализации курса.

Домашнее задание по групповому проекту. Письменный ответ на вопрос: "Почему меня заинтересовала данная технология".

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 1: [10, 11, 12. 13, 14, 15, 16].

Тема 2. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Чем команда отличается от малой группы?

Вопрос 2. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?

Вопрос 3. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?

Вопрос 4. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?

Вопрос 5. Что значит на практике быть командным лидером?

Вопрос 6. Что такое роль? Как определить, соответствует ли человек роли?

Вопрос 7. Соотношение роли и командной функции.

Вопрос 8. Как формируется командный дух? Что помогает создать командный дух?

Вопрос 9. Что разрушает командный дух?

Вопрос 10. Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?

Содержание темы

Понятие предпринимательской команды; эффективность команды; командное лидерство; мотивация команды; распределение командных ролей и функций; развитие команды; поддержание командного духа; учет психологических особенностей личности; технологии командообразования.

Методические указания

Тема "Формирование и развитие команды" позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешного формирования

проектных команд, управления ими, поддержания командного духа участников и оптимального распределения командных ролей. Основными вопросами, рассматриваемыми в данной теме, являются вопросы об эффективности и механизмах развития предпринимательской команды. В рамках данной темы студенты смогут подготовить обоснование для распределения ролей в командах с учетом личностных особенностей участников, а также сформировать свои команды для работы над групповым проектом.

Методические материалы по теме 2

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Методические рекомендации для преподавателя по лекционной части занятия рекомендуется задавать наводящие вопросы, стараться адресовать их разным студентам. Например: вы бы смогли один (одна) составить описание проекта? В каком случае это было бы проще? Какие проблемы могли бы возникнуть? В чем может заключаться сложность, если решено составить описание проекта командой, а не самостоятельно? Ответы, представленные в лекции, следует давать только после обсуждения.

В рамках данной темы лектору необходимо заблаговременно предупредить студентов о домашнем задании, результаты которого потребуются для проведения второго этапа деловой игры.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 2: [10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 3. Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта. Бизнес-модель и ценностное предложение (Value Proposition)

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Содержание и сущность процесса генерирования идей.

Вопрос 2. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.

Вопрос 3. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.

Вопрос 4. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.

Вопрос 5. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Вопрос 6. Содержание блока "Ценностное предложение" и "Формула прибыли" бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Вопрос 7. Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Вопрос 8. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.

Вопрос 9. Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.

Вопрос 10. Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.

Содержание темы

Содержание процессов генерирования бизнес-идей; алгоритм креативного рождения идеи бизнеса с ее последующим развитием в систему решений (бизнес-модель); базовые положения создания и применения бизнес-моделей: понятие и виды моделей бизнеса (бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна), ключевые этапы формирования бизнес-модели; механизм выбора бизнес-модели компании; ключевые элементы, функциональные блоки бизнес-модели; концепция ценностного предложения А. Остервальдера; переход от бизнес-модели к бизнес-плану.

Методические указания

Тема "Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план" позволяет обучающимся получить теоретические знания и практические навыки, связанные с генерированием бизнес-идей, их последующим развитием и преобразованием в бизнес-модель, а также последовательной трансформацией первоначальной

базовой идеи в бизнес-план, достаточный для открытия собственного стартапа. В данной теме студенты познакомятся с основами бизнес-моделирования и отработают практические навыки создания бизнес-модели для группового проекта на основе шаблона бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.

Методические материалы по теме 3

В течение всей лекции преподаватель предлагает вопросы-тесты, которые равномерно распределены по теоретическому материалу, основная цель которых — увидеть уровень освоения материала аудиторией и перейти к следующему разделу темы.

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "Построение бизнес-модели по шаблону А. Остервальдера и И. Пенье для компании ООО "Цветочный рай"".

Домашнее задание по групповому проекту

Описание выбранной технологии и бизнес-идеи группового проекта. Создание бизнес-модели проекта на основе шаблона А. Остервальдера и И. Пенье.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 3: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. В чем основная причина для проведения маркетинговых исследований?

Вопрос 2. Каковы основные требования к маркетинговой информации, получаемой в исследованиях?

Вопрос 3. Перечислите достоинства и недостатки первичной информации.

Вопрос 4. Перечислите достоинства и недостатки вторичной информации.

Вопрос 5. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?

Вопрос 6. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?

Вопрос 7. Перечислите критерии отбора целевого сегмента для высокотехнологичного стартапа.

Вопрос 8. Расшифруйте понятия РАМ, ТАМ, САМ, СОМ и поясните их суть.

Вопрос 9. Что в себя включает классический комплекс маркетинга (маркетинг-микс)?

Содержание темы

Специфика маркетинговых исследований в сфере инноваций; методы и подходы к оценке рынка в разных отраслях; критерии оценки привлекательности сегмента; инструменты маркетинговых исследований: алгоритмы, методы исследования и методы сбора информации; особенности маркетинга высокотехнологичных стартапов; особенности продаж инновационных продуктов.

Методические указания

Тема "Маркетинг. Оценка рынка" позволяет обучающимся получить теоретические знания основ маркетинговых исследований, комплекса маркетинга, особенностей маркетинга высокотехнологичных стартапов, специфики

маркетинговых исследований в сфере инноваций, а также методов и подходов к оценке рынка в разных отраслях. Изучив данную тему, студенты смогут самостоятельно проводить маркетинговый анализ рынка, на который будет выводиться технология или продукт в рамках группового проекта, и оценивать размер целевого сегмента.

Методические материалы по теме 4

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "Маркетинговая стратегия лаборатории мультимедиа 3X-Video".

Домашнее задание по групповому проекту

Маркетинговый анализ рынка группового проекта. Описание факторов макро- и микросреды. Оценка размера целевого сегмента.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 4: [1, 2, 3, 10, 11, 12. 13, 14, 15, 16].

Тема 5. Product development. Разработка продукта

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Опишите жизненный цикл продукта в традиционном представлении.

Вопрос 2. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?

Вопрос 3. Опишите жизненный цикл продукта в методе водопада, его основные преимущества и недостатки.

Вопрос 4. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.

Вопрос 5. Перечислите девять уровней готовности технологии и кратко опишите каждый уровень.

Вопрос 6. Опишите основные виды противоречий в теории решения изобретательских задач.

Вопрос 7. Сформулируйте основной принцип теории ограничений и приведите пример "снятия" ограничения системы.

Содержание темы

Концепция жизненного цикла продукта; основные подходы к разработке продукта — метод водопада (каскадный метод) и метод гибкой разработки; теория решения изобретательских задач; теория ограничений; процесс улучшения характеристик существующих видов продукции; разработка новых видов продукции; техническое сопровождение проекта создания нового продукта (технологии) от предпроектных разработок до проектирования, создания и использования; инструменты современного процесса Product development: анализ конкурентной среды, технический аудит, разработка технико-экономического обоснования, технической документации, управляющих программ.

Методические указания

Тема "Разработка продукта" позволяет обучающимся получить углубленные теоретические знания о различных концепциях в области разработки продукта. Основными вопросами, рассматриваемыми в данной теме, являются концепция жизненного цикла продукта, основные подходы к разработке продукта — метод водопада (каскадный метод) и метод гибкой разработки, элементы теории решения изобретательских задач и теории ограничений. Изучив данную тему, обучающиеся смогут понять основные принципы процесса разработки высокотехнологичных продуктов или услуг, научатся планировать процесс разработки продукта в их собственном проекте с

использованием современных понятий и инструментов, а также подготовят презентацию о методах разработки продукта в рамках группового проекта.

Методические материалы по теме 5

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра: Product development в рамках выбранного студентами группового проекта.

Домашнее задание по групповому проекту

Подготовка презентации на тему "Методы разработки продукта в применении к вашему проекту".

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 5: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 6. Customer development и Customer discovery. Ключевые идеи и термины

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Этапы развития потребности, формы и стадии. Опишите, приведите примеры.

Вопрос 2. Внешние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.

Вопрос 3. Внутренние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.

Вопрос 4. Моделирование потребности, цели.

Вопрос 5. Модель потребности на основе подхода Шета, Ньюмана и Гросса. Опишите.

Вопрос 6. Модель потребительского поведения. Этапы. Описание. Способы воздействия на потребителей на различных стадиях.

Вопрос 7. Внешние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

Вопрос 8. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

Вопрос 9. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

Вопрос 10. Потребность с биологической и психологической точек зрения. Опишите и приведите примеры.

Содержание темы

Основы понятия Customer development по С. Бланку и Б. Дорфу; составляющие Customer development: выявление потребителей, верификация потребителей, расширение клиентской базы, выстраивание компании; изучение потребностей и запросов потребителей; методы моделирования потребностей потребителей; факторы поведения потребителя; приемы привлечения внимания потребителя; оценка эффективности проводимых мероприятий и оптимизация маркетинговой деятельности предприятия; специфика поведения индивидуальных и корпоративных потребителей.

Методические указания

Тема "Customer development. Выведение продукта на рынок" позволяет обучающимся получить базовые знания о бизнес-подходе Customer development, его ключевых особенностях и алгоритме действий; получить теоретические знания о том, что такое потребности, какие факторы влияют на решение потребителя о совершении покупки, каковы особенности поведения индивидуальных и корпоративных потребителей, а также каковы алгоритмы продаж инновационных товаров в индивидуальном и корпоративном сегментах. С точки

зрения практических навыков студенты научатся проводить анализ потребительских потребностей и формировать стратегию продаж с учетом концепции Customer development.

Методические материалы по теме 6

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "Выведение на рынок приложения для контроля кредитных карт Wize Cards".

Домашнее задание по групповому проекту

Выделение целевых сегментов потребителей технологии. Моделирование потребностей целевых потребителей. Анализ барьеров на пути удовлетворения потребностей.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 6: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Как соотносятся понятия "интеллектуальная собственность" и "нематериальные активы"?

Вопрос 2. Перечислите основные источники правового регулирования интеллектуальной собственности, действующие в России.

Вопрос 3. Как охраняется интеллектуальная собственность в России?

Вопрос 4. Перечислите основные виды интеллектуальной собственности по российскому законодательству.

Вопрос 5. Перечислите и опишите основные юридические свойства интеллектуальной собственности.

Вопрос 6. Перечислите и опишите основные общие свойства авторского права.

Вопрос 7. Перечислите и опишите основные общие свойства патентного права.

Вопрос 8. Перечислите и кратко опишите существующие системы патентования.

Вопрос 9. Дайте определение и перечислите основные свойства секрета производства (ноу-хау).

Вопрос 10. Дайте определение, перечислите виды и основные функции средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

Содержание темы

Понятие интеллектуальной собственности, ее основные юридические свойства и система охраны, понятие и содержание интеллектуальных прав, их соотношение с понятием нематериальных активов; IP-стратегия инновационного проекта и ее составляющие; различия между двумя основными режимами правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности — авторским правом и патентным правом; патентование, системы и процедуры патентования в России, за рубежом, на международном уровне; понятия "формула изобретения (полезной модели)", "приоритет", "уровень техники", "патентный поиск", "патентная чистота"; существующие правовые способы приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности; основные особенности секретов производства (ноу-хау) и средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

Методические указания

Тема "Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности" позволяет обучающимся получить базовое представление о понятии "интеллектуальная собственность", изучить систему ее нормативного правового регулирования, ключевые свойства интеллектуальной собственности и виды объектов, охраняемых законом, понять различия между авторским правом и патентным правом. В результате освоения данной темы слушатели смогут приобрести навыки самостоятельной работы с открытыми источниками патентной информации, самостоятельного патентного поиска, формулирования своей разработки, выбора способа ее правовой охраны и юридической индивидуализации будущего инновационного продукта, а также разработать IP-стратегию для своего группового инновационного проекта.

Методические материалы по теме 7

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Деловая игра: "Выработка IP-стратегии инновационного проекта" на примере выбранного слушателями группового проекта.

Домашнее задание по групповому проекту

Написание IP-стратегии выбранного слушателями инновационного проекта по итогам проведенной деловой игры.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 7: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 8. Трансфер технологий и лицензирование

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Как соотносятся понятия "трансфер технологий", "коммерциализация разработки" и "лицензирование"?

Вопрос 2. Раскройте сущность "патентного троллинга" и приведите примеры известных вам компаний — "патентных троллей".

Вопрос 3. Означает ли применение стратегии лицензирования, что лицензиар не имеет права использовать лицензируемую технологию в своих бизнес-процессах? Мотивируйте ваш ответ.

Вопрос 4. Перечислите требования закона к форме лицензионного договора и обязательные (существенные) условия лицензионного договора, а также назовите несколько необязательных (факультативных) условий лицензионного договора (по российскому законодательству).

Вопрос 5. Назовите и коротко опишите ключевые методы расчета стоимости объекта интеллектуальной собственности.

Вопрос 6. Назовите три ключевых типа цены лицензии и поясните, в чем заключается суть каждого из них.

Вопрос 7. В чем заключаются преимущества и недостатки роялти по сравнению с паушальным платежом?

Вопрос 8. В чем недостаток метода роялти для лицензиара? Для лицензиата?

Вопрос 9. Что такое "правило 25%"? Поясните, как оно применяется в лицензионных сделках и почему.

Вопрос 10. Воспроизведите формулу расчета цены лицензии методом роялти и опишите возможные базовые показатели для ее определения.

Содержание темы

Понятия "трансфер технологий" и "лицензирование" как правовые институты в сфере интеллектуальной собственности; их соотношение; роль стратегии лицензирования как части IP-стратегии инновационного проекта; мотивы использования стратегии лицензирования; существующие виды лицензионных сделок; требования российского законодательства к форме и

содержанию лицензионного договора; последствия их несоблюдения; определение стоимости объекта интеллектуальной собственности; основные методы расчета цены лицензионного договора; роялти и паушальный платеж; их сравнительные преимущества и недостатки, специфика применения; конкретные методики расчета роялти.

Методические указания

Тема "Трансфер технологий и лицензирование" позволяет обучающимся получить знания и навыки по коммерциализации технологий через лицензирование. В результате освоения данной темы слушатели смогут получить понимание "лицензирования" как правового института и бизнес-модели в сфере трансфера технологий, в том числе приобрести навыки расчета стоимости прав на использование объектов интеллектуальной собственности, а также формулирования условий и составления лицензионных договоров в соответствии с требованиями российского законодательства, и проработать возможность использования данной бизнес-модели в собственных курсовых инновационных проектах.

Методические материалы по теме 8

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Деловая игра: "Подготовка сделки по лицензированию разработки, лежащей в основе проекта".

Домашнее задание по групповому проекту

Проработка возможности использования бизнес-модели "Лицензирование" в отношении интеллектуальной собственности в групповом проекте.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 8: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 9. От идеи к продукту. MVP. Создание и развитие стартапа

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Раскройте смысл следующих понятий: стартап, экономичный (бережливый) стартап (Lean Startup), модель SPACE, HADI-цикл, бизнес-модель, разворот (пивот), малое инновационное предприятие, "долина смерти".

Вопрос 2. Опишите основные отличия стартапа от "традиционного" бизнеса, методики и путь развития.

Вопрос 3. Сформулируйте концепцию экономичного (бережливого) стартапа (LeanStartup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.

Вопрос 4. В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?

Вопрос 5. Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики "орбит", примеры применения.

Вопрос 6. Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.

Вопрос 7. Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.

Вопрос 8. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.

Вопрос 9. Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?

Содержание темы

Определение и сущность стартапа; методика "бережливого стартапа"; модель SPACE — модель, отражающая пространство (space) и орбиту "полета" бизнеса; HADI-цикл — методика циклического процесса проверки гипотез. Этапы

развития стартапа; прототип, соответствие продукта ожиданиям целевого рынка; динамика роста; рост и укрепление позиций; масштабирование и захват рынков; публичное размещение акций.

Методические указания

Тема "Создание и развитие стартапа" позволяет обучающимся получить теоретические знания о том, что такое стартап и как проходит процесс его развития по стадиям (стадия идеи и проверки гипотез, разработки продукта и изучения клиента, производства и продаж, роста). Выполнение практических заданий и участие в деловой игре "Создание и развитие стартапа" позволит обучающимся получить необходимые практические навыки для создания собственного стартапа и регистрации его деятельности в рамках малого инновационного предприятия (МИП).

Методические материалы по теме 9

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра: "Создание и развитие стартапа".

Домашнее задание по групповому проекту

Анализ плюсов и минусов создания стартапа на основе выбранной технологии.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 9: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 10. Модели монетизации: какие есть и как найти свою.

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Каковы три сценария коммерциализации разработок и компетенций?

Вопрос 2. Для чего нужны новые технологии промышленным корпорациям?

Вопрос 3. Какие факторы бизнес-логики определяют внедрение тех или иных разработок?

Вопрос 4. В каких областях в настоящее время наиболее активно используются открытые инновации?

Вопрос 5. Какое важное противоречие "снимают" открытые инновации?

Вопрос 6. Что такое ценностное предложение и как оно соотносится с "болью" клиента?

Вопрос 7. С кем в корпорациях нужно выходить на контакт при продаже услуг по коммерческим НИОКР?

Вопрос 8. Какие ключевые ресурсы обеспечивают возможность выполнения коммерческих НИОКР?

Вопрос 9. Из чего состоит коммерческое предложение?

Вопрос 10. Каковы основные правила ведения переговоров при заключении контрактов на НИОКР?

Содержание темы

Техника проведения переговоров и формирование партнерств с индустриальными компаниями; механизмы планирования работы с индустриальными партнерами по направлению коммерческих НИОКР — формирование предложения, выбор потенциальных клиентов, оценка доступности и способы выхода на индустриальных партнеров; программы повышения международной активности транснациональных корпораций в области НИОКР; особенности организации деятельности трансграничных венчурных фондов; горизонты и механизмы принятия решений в индустриальных компаниях относительно покупки результатов НИОКР.

Методические указания

Тема "Коммерческие НИОКР" позволяет обучающимся получить теоретические знания и практические навыки, связанные с процессом подготовки и подписания НИОКР-контракта. В рамках данной темы студенты должны усвоить несколько главных тезисов: ценность НИОКР-предложения для клиента соответствует его реальной проблеме; цена НИОКР-контракта должна, с одной стороны, не превышать "стоимости" проблемы клиента, а с другой — контракт не должен быть убыточным; при условии наличия компетенций и необходимых ресурсов для выполнения работ ключевым фактором успешного заключения НИОКР-контракта является правильно выстроенная коммуникация с потенциальными клиентами.

Методические материалы по теме 10

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра: "Формирование коммерческого предложения о реализации НИОКР".

Домашнее задание по групповому проекту

Оценка себестоимости выполнения работ и определения цены контракта. Описание ресурсов проекта. Подготовка презентации для коммерческого заказчика.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 10: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 11. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Проведите сравнительную характеристику стратегий финансирования стартапов и корпораций.

Вопрос 2. Какие инструменты финансирования характерны для каждой стадии инновационного цикла?

Вопрос 3. Краудфандинг как инструмент финансирования.

Вопрос 4. Особенности финансирования инновационных проектов бизнес-ангелами.

Вопрос 5. Проведите сравнительную характеристику грантов и субсидий, выделите общие черты и различия между этими видами финансовых инструментов.

Вопрос 6. Как работает система венчурного финансирования?

Вопрос 7. Перечислите функции венчурных фондов.

Вопрос 8. Сравните инструменты долевого (акции) и долгового (облигации) финансирования. С какими рисками сталкивается компания при организации финансирования за счет выпуска акций и облигаций?

Вопрос 9. Доинвестиционная (Pre-money Valuation) и постынвестиционная (Post-money Valuation) стоимость компании.

Вопрос 10. Этапы первичного публичного размещения (IPO) акций инновационной компании?

Содержание темы

Источники финансирования проекта: средства бюджета и внебюджетных фондов, государственных институтов развития, компаний, индивидуальных предпринимателей, частных, институциональных и иностранных инвесторов, кредитно-финансовых организаций, научных и образовательных учреждений; инструменты финансирования: инвестиции бизнес-ангелов и венчурных фондов, гранты, субсидии; выбор и обоснование источников финансирования

инновационного проекта; финансовое моделирование проекта; технологии переговоров с инвесторами о финансировании проекта.

Методические указания

Данная тема позволяет обучающимся получить углубленные знания и практические навыки для успешного поиска источников финансирования их проекта, построения финансового прогноза и развития бизнеса с учетом ожиданий инвесторов относительно финансового роста их проекта на ранней стадии. В рамках данной темы студенты смогут разработать стратегию финансирования инновационного проекта с учетом специфики их отрасли, бизнес-модели, этапа развития стартапа, организационно-правовой формы, доступности тех или иных источников финансирования.

Методические материалы по теме 11

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра: "Выбор и обоснование источников финансирования инновационного проекта".

Домашнее задание по групповому проекту

Формирование финансовой модели группового проекта.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 11: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 12. Оценка инвестиционной привлекательности стартап-проекта

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Основные принципы оценки эффективности инновационных проектов.

Вопрос 2. Показатели эффекта и эффективности.

Вопрос 3. Характеристика видов денежных потоков проекта.

Вопрос 4. Понятие нормы дисконта.

Вопрос 5. Процедура дисконтирования.

Вопрос 6. Экономическое содержание и методы расчета чистой текущей стоимости (NPV).

Вопрос 7. Охарактеризуйте показатель индекса доходности.

Вопрос 8. Понятие внутренней нормы рентабельности проекта.

Вопрос 9. Способы расчета дисконтированного срока окупаемости.

Вопрос 10. Особенности оценки проектов, находящихся на ранних стадиях инновационного процесса.

Содержание темы

Статические и динамические методы оценки экономической эффективности инновационных проектов; принципы оценки эффективности проектов; чистая прибыль инновационного проекта как критерий экономической эффективности; сравнительный анализ различных видов оценки: коммерческой, общественной, участия в проекте; система метрик инновационных проектов с учетом неприменимости критериев экономической эффективности на ранних стадиях развития проектов (до выхода на устойчивые продажи); критерии инвестиционной готовности проекта для венчурных инвестиций и их отличие от критериев для прямых инвестиций.

Методические указания

Тема "Оценка инвестиционной привлекательности проекта" позволяет обучающимся получить углубленные теоретические знания об инвестиционной привлекательности и эффективности проекта, денежных потоках инновационного проекта, методах оценки эффективности проектов, а также оценки проектов на ранних стадиях инновационного развития. В рамках данной

темы студенты увидят, что оценка инвестиционной привлекательности и эффективности проекта проводится на основе информации, полученной в результате маркетинговых исследований рыночной среды, реализации процесса создания инновационного продукта от его проектирования до коммерциализации, формирования деловой среды проекта, изучения возможностей финансирования проекта и решения многих других задач. На основе полученных знаний и навыков студенты научатся проводить расчеты различных показателей оценки эффективности и смогут обоснованно оценить инвестиционную привлекательность своего проекта.

Методические материалы по теме 12

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра "Обоснование экономической целесообразности реализации проекта".

Домашнее задание по групповому проекту

Оценка инвестиционной привлекательности группового проекта.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 12: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 13. Риски стартап-проекта

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Что есть риск инновационного проекта?

Вопрос 2. Определите суть рисков НИОКР для инновационного проекта.

Вопрос 3. Определите суть технологических рисков для инновационного проекта.

Вопрос 4. Определите суть производственных рисков для инновационного проекта.

Вопрос 5. Определите суть рыночных рисков для инновационного проекта.

Вопрос 6. Определите суть управленческих и социальных рисков для инновационного проекта.

Вопрос 7. Определите суть рисков внешней среды для инновационного проекта.

Вопрос 8. Что есть процедура риск-менеджмента проекта? Определите и охарактеризуйте процедуры риск-менеджмента проекта.

Вопрос 9. Определите три наиболее часто применяемые на практике метода количественного анализа рисков инновационных проектов.

Вопрос 10. Охарактеризуйте суть метода анализа влияния отдельных факторов (анализа чувствительности).

Содержание темы

Риски, возникающие при осуществлении инновационного проекта: вероятность потери конкурентоспособности на отдельных стадиях управления рисками; идентификация риска; качественный и количественный анализ вероятности возможного влияния риска на проект; применение методов и средств для снижения рисков и последствий от рискованных событий; мониторинг рисков по проекту; методы оценки проектных рисков: экспертные методы, вероятностный анализ, метод аналогов, анализ чувствительности проекта, метод "дерева решений" (на стадии разработки проекта); страхование, диверсификация; опцион; система оценивания базовых рисков инновационного проекта, планирование и осуществление противодействия рискам проекта в случае существенного изменения ситуации.

Методические указания

Тема "Риски проекта" позволяет обучающимся получить углубленные знания и практические навыки для анализа рисков, возникающих при осуществлении инновационного проекта, которые включают в себя идентификацию рисков, качественный и количественный анализ вероятности возможного влияния рисков на проект, применение методов и средств для снижения рисков и последствий от рискованных событий и мониторинг рисков по проекту. В рамках данной темы студенты проведут качественный анализ рисков по их групповому проекту, определят процедуры риск-менеджмента, которые следует провести в рамках их проекта.

Методические материалы по теме 13

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "ООО "Ундина": производство мидий на Белом море".

Домашнее задание по групповому проекту

Анализ рисков проекта. Определение процедур риск-менеджмента, необходимых для проекта.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 13: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 14. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Какова структура эффективной презентации и почему она такова?

Вопрос 2. Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?

Вопрос 3. В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?

Вопрос 4. В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?

Вопрос 5. Какова цель продающей презентации и какое место она занимает в общем маркетинговом плане?

Вопрос 6. Проанализируйте свою презентацию, сделанную на деловой игре с учетом замечаний, высказанных на обсуждении, — какие части презентации вызвали одобрение и какие еще нужно доработать?

Вопрос 7. Как правильно взаимодействовать с инвестором, заинтересовавшимся презентацией проекта?

Вопрос 8. Какие знания о потенциальном клиенте нужно иметь, чтобы презентация при проблемном интервью была эффективной?

Вопрос 9. Какие действия необходимо предпринять после того, как сделана продающая презентация?

Вопрос 10. Как изменились ваши представления о презентации после прохождения темы?

Содержание темы

Три типа презентаций: презентация проекта для инвестора (презентация на инвестиционной сессии, краткий питч, лифтовая презентация); презентация решения при проблемном интервью (презентация для технического персонала, презентация для держателей бюджета); продающая презентация (презентация продукта потенциальному покупателю); особенности презентаций, их структура, факторы, влияющие на эффективность презентаций.

Методические указания

Тема "Презентация проекта" поможет студентам научиться готовить презентации и представлять свои проекты для различных аудиторий (конкурсного жюри, инвесторов, покупателей). В теме рассматриваются разные виды презентаций: лифтовая презентация, презентация идеи, презентация для привлечения инвестиций, презентация при проблемном интервью, продающая презентация. Тема позволяет студентам понять, как можно выработать алгоритм подготовки презентации, разработать структуру, расставить акценты. В рамках данной темы студенты смогут подготовить презентацию по групповому проекту для инвесторов.

Методические материалы по теме 14

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Деловая игра: "Презентация проектов перед инвесторами".

Домашнее задание по групповому проекту

Подготовка презентации группового проекта.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 14: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 15. Понятие и структура инновационной среды Сущность инновационной экосистемы

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Для каких целей осуществляется формирование инновационной среды? Ее задачи и структура.

Вопрос 2. Формирование внутренней среды инноваций. Понятие инновационного потенциала и его состав.

Вопрос 3. Дайте характеристику институциональной среды национальных инновационных систем. Какие ключевые институты входят в ее состав?

Вопрос 4. Концепция "тройной спирали" и ее роль в успешном функционировании национальных инновационных систем.

Вопрос 5. В чем состоит обеспечивающая роль инновационной инфраструктуры? Охарактеризуйте основные подсистемы.

Вопрос 6. Цели и задачи технопарков (научных парков) России.

Вопрос 7. Какие условия, услуги и льготы предоставляет бизнес-инкубатор для своих резидентов?

Содержание темы

Понятие и структура инновационной среды: научно-производственная среда (университеты, институты развития инноваций, инновационного бизнеса, венчурного капитала, инновационной инфраструктуры: технопарков, бизнес-инкубаторов, инжиниринговых центров); институциональная среда (законы, нормы, традиции, правила поведения, политические и культурные особенности субъектов инновационной деятельности); схема построения национальных инновационных систем; инновационная инфраструктура России.

Методические указания

Тема "Инновационная экосистема" позволяет обучающимся взглянуть на развитие инноваций не только с точки зрения отдельно взятого проекта, но и на макроуровне. Студенты получают знания о том, какие условия необходимо иметь для того, чтобы: непрерывно создавать инновации; осуществлять эффективную коммерциализацию инноваций; постоянно развивать инновации в действующих компаниях и формировать инновационные стратегии их развития. В рамках данной темы студенты получают представление о том, какими возможностями

инновационной инфраструктуры они могут воспользоваться для реализации своего проекта.

Методические материалы по теме 15

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "Инновационная экосистема вуза".

Домашнее задание по групповому проекту

Анализ инновационной среды вуза, города и региона. Оценка инновационного потенциала группового проекта в контексте инновационной среды.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 15: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 16. Сущность государственной инновационной политики

Форма занятия - лекция.

Форма занятия – практическое занятие.

Вопросы для изучения:

Вопрос 1. Что вы понимаете под государственной инновационной политикой?

Вопрос 2. Кратко охарактеризуйте основной документ, определяющий государственную политику в сфере инноваций — Стратегию инновационного развития Российской Федерации.

Вопрос 3. Определите и кратко охарактеризуйте изменения, коснувшиеся секторов науки и исследований как части государственной инновационной политики, произошедшие в период с 2009 года.

Вопрос 4. Перечислите основные программы, инициированные государством в последние годы, призванные служить улучшению предпринимательской среды России.

Вопрос 5. Что есть институты развития? Приведите примеры, кратко охарактеризуйте их в рамках государственной инновационной политики.

Вопрос 6. Что есть инновационный территориальный кластер?

Вопрос 7. Перечислите меры государственной инновационной политики в части стимулирования инновационного развития зрелого бизнеса.

Вопрос 8. Охарактеризуйте программу Национальной технологической инициативы.

Вопрос 9. Приведите и охарактеризуйте ключевые конкурентные преимущества современных университетов, позволяющих им играть роль точек инновационного роста в современной экономике знаний.

Вопрос 10. В чем проявляется новая роль университетов в обществе знаний?

Содержание темы

Сущность государственной инновационной политики и этапы ее трансформации; современные инструменты инновационной политики; стратегия инновационного развития до 2020 года; национальные доклады об инновациях в России 2015, 2016 года; государственные программы, оказывающие существенное влияние на развитие национальной инновационной системы; программы инновационного развития компаний с государственным участием; государственные институты развития; университеты как ключевой фактор инновационного развития; поддержка инноваций в крупных компаниях; система мониторинга инновационной системы.

Методические указания

Тема "Государственная инновационная политика" позволяет обучающимся получить углубленные теоретические знания о государственной инновационной политике и этапах ее трансформации, о стратегии

инновационного развития, изучить основные документы, регламентирующие государственную инновационную деятельность, а также проанализировать роль университетов в инновационном развитии государства. В рамках данной темы студенты смогут оценить особенности развития рынка, в рамках которого они планируют развивать свой инновационный продукт, проанализируют, соответствует ли данный рынок приоритетам государства в рамках инновационной политики, а также соответствует ли их групповой проект рынкам Национальной технологической инициативы.

Методические материалы по теме 16

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Кейс: "Национальная инновационная система Финляндии".

Домашнее задание по групповому проекту

Анализ соответствия группового проекта приоритетам государства в рамках инновационной политики и рынкам Национальной технологической инициативы.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 16: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

Тема 17. Подготовка питча для инвесторов

Форма занятия – практическое занятие.

Содержание темы

Подготовка презентации для различных аудиторий (конкурсного жюри, инвесторов, покупателей); разработка алгоритма подготовки презентации, структуры; расстановка акцентов; "крючки" для привлечения и удержания внимания аудитории; технологии подготовки выступления.

Методические указания

Тема "Итоговая презентация группового проекта (питч-сессия)" носит сугубо практический характер. Ее содержание состоит в проведении питч-сессии по итогам работы студенческих команд над групповыми проектами в течение всего курса "Интернет-предпринимательство". Данное занятие завершает курс и проводится с участием внешних приглашенных экспертов — членов жюри (инвесторов, бизнесменов, преподавателей других кафедр и факультетов) и гостей (студентов, представителей научных лабораторий, давших свои технологии для студенческих проектов). Условия и правила проведения работы над групповыми проектами подробно изложены в теме 1. Здесь приведено описание сценария и рекомендуемый тайминг проведения питч-сессии.

Методические материалы по теме 17

В ходе работы по теме студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рассмотренные на практическом занятии; рекомендованную литературу; все материалы в соответствующем разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Практическая часть

Презентация проектов перед внешними экспертами в ходе питч-сессии в конце учебного курса.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 17: [1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16].

2 Методические указания для подготовки к практическим занятиям

Целью проведения практических (семинарских) занятий является закрепление теоретических знаний, полученных на лекциях и самостоятельном изучении дисциплины "Интернет-предпринимательство", для выработки профессиональных умений и навыков, сформулированных в рабочей программе дисциплины.

Практическими (семинарскими) занятиями предусматривается сочетание индивидуальных и групповых форм работы, выполнение практических заданий с использованием ситуационных задач, анализа макроэкономических показателей и др.

Практическое занятие по теме 1. Виды технологического бизнеса и интернет-предпринимательство

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Раскройте сущность инноваций, исходя из теории Й. Шумпетера "Пять типичных изменений".
2. Инновации как продукт и инновации как процесс.
3. Принципиальное разграничение понятий "новшество" и "инновация".
4. Основные свойства инноваций.
5. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
6. Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе "технологического толчка".

7. Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе "давления рыночного спроса".

8. Интерактивная модель инновационного процесса.

9. Роль предпринимателя в инновационном процессе по Й. Шумпетеру. Предприниматели-инноваторы и предприниматели-консерваторы.

10. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 1: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 2. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Чем команда отличается от малой группы?

2. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?

3. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?

4. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?

5. Что значит на практике быть командным лидером?

6. Что такое роль? Как определить, соответствует ли человек роли?

7. Соотношение роли и командной функции.

8. Как формируется командный дух? Что помогает создать командный дух?

9. Что разрушает командный дух?

10. Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 2: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 3. Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта. Бизнес-модель и ценностное предложение (Value Proposition)

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Содержание и сущность процесса генерирования идей.

2. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.

3. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.

4. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.

5. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

6. Содержание блока "Ценностное предложение" и "Формула прибыли" бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

7. Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

8. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.

9. Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.

10. Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 3: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. В чем основная причина для проведения маркетинговых исследований?
2. Каковы основные требования к маркетинговой информации, получаемой в исследованиях?
3. Перечислите достоинства и недостатки первичной информации.
4. Перечислите достоинства и недостатки вторичной информации.
5. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
6. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?
7. Перечислите критерии отбора целевого сегмента для высокотехнологичного стартапа.
8. Расшифруйте понятия РАМ, ТАМ, САМ, СОМ и поясните их суть.
9. Что в себя включает классический комплекс маркетинга (маркетинг-микс)?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 4: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 5. Product development. Разработка продукта

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Опишите жизненный цикл продукта в традиционном представлении.

2. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?

3. Опишите жизненный цикл продукта в методе водопада, его основные преимущества и недостатки.

4. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.

5. Перечислите девять уровней готовности технологии и кратко опишите каждый уровень.

6. Опишите основные виды противоречий в теории решения изобретательских задач.

7. Сформулируйте основной принцип теории ограничений и приведите пример "снятия" ограничения системы.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 5: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 6. Customer development и Customer discovery. Ключевые идеи и термины

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Этапы развития потребности, формы и стадии. Опишите, приведите примеры.

2. Внешние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.

3. Внутренние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.

4. Моделирование потребности, цели.

5. Модель потребности на основе подхода Шета, Ньюмана и Гросса. Опишите.

6. Модель потребительского поведения. Этапы. Описание. Способы воздействия на потребителей на различных стадиях.

7. Внешние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

8. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

9. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.

10. Потребность с биологической и психологической точек зрения. Опишите и приведите примеры.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 6: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Как соотносятся понятия "интеллектуальная собственность" и "нематериальные активы"?
2. Перечислите основные источники правового регулирования интеллектуальной собственности, действующие в России.
3. Как охраняется интеллектуальная собственность в России?
4. Перечислите основные виды интеллектуальной собственности по российскому законодательству.
5. Перечислите и опишите основные юридические свойства интеллектуальной собственности.
6. Перечислите и опишите основные общие свойства авторского права.
7. Перечислите и опишите основные общие свойства патентного права.
8. Перечислите и кратко опишите существующие системы патентования.
9. Дайте определение и перечислите основные свойства секрета производства (ноу-хау).
10. Дайте определение, перечислите виды и основные функции средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 7: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 8. Трансфер технологий и лицензирование

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Как соотносятся понятия "трансфер технологий", "коммерциализация разработки" и "лицензирование"?

2. Раскройте сущность "патентного троллинга" и приведите примеры известных вам компаний — "патентных троллей".

3. Означает ли применение стратегии лицензирования, что лицензиар не имеет права использовать лицензируемую технологию в своих бизнес-процессах? Мотивируйте ваш ответ.

4. Перечислите требования закона к форме лицензионного договора и обязательные (существенные) условия лицензионного договора, а также назовите несколько необязательных (факультативных) условий лицензионного договора (по российскому законодательству).

5. Назовите и коротко опишите ключевые методы расчета стоимости объекта интеллектуальной собственности.

6. Назовите три ключевых типа цены лицензии и поясните, в чем заключается суть каждого из них.

7. В чем заключаются преимущества и недостатки роялти по сравнению с паушальным платежом?

8. В чем недостаток метода роялти для лицензиара? Для лицензиата?

9. Что такое "правило 25 %"? Поясните, как оно применяется в лицензионных сделках и почему.

10. Воспроизведите формулу расчета цены лицензии методом роялти и опишите возможные базовые показатели для ее определения.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 8: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 9. От идеи к продукту. MVP. Создание и развитие стартапа

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Раскройте смысл следующих понятий: стартап, экономичный (бережливый) стартап (Lean Startup), модель SPACE, HADI-цикл, бизнес-модель, разворот (пивот), малое инновационное предприятие, "долина смерти".

2. Опишите основные отличия стартапа от "традиционного" бизнеса, методики и путь развития.

3. Сформулируйте концепцию экономичного (бережливого) стартапа (Lean Startup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.

4. В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?

5. Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики "орбит", примеры применения.

6. Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.

7. Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.

8. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.

9. Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 9: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 10. Модели монетизации: какие есть и как найти свою

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Каковы три сценария коммерциализации разработок и компетенций?
2. Для чего нужны новые технологии промышленным корпорациям?
3. Какие факторы бизнес-логики определяют внедрение тех или иных разработок?
4. В каких областях в настоящее время наиболее активно используются открытые инновации?
5. Какое важное противоречие "снимают" открытые инновации?
6. Что такое ценностное предложение и как оно соотносится с "болью" клиента?
7. С кем в корпорациях нужно выходить на контакт при продаже услуг по коммерческим НИОКР?
8. Какие ключевые ресурсы обеспечивают возможность выполнения коммерческих НИОКР?
9. Из чего состоит коммерческое предложение?
10. Каковы основные правила ведения переговоров при заключении контрактов на НИОКР?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 10: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 11. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Проведите сравнительную характеристику стратегий финансирования стартапов и корпораций.

2. Какие инструменты финансирования характерны для каждой стадии инновационного цикла?

3. Краудфандинг как инструмент финансирования.

4. Особенности финансирования инновационных проектов бизнес-ангелами.

5. Проведите сравнительную характеристику грантов и субсидий, выделите общие черты и различия между этими видами финансовых инструментов.

6. Как работает система венчурного финансирования?

7. Перечислите функции венчурных фондов.

8. Сравните инструменты долевого (акции) и долгового (облигации) финансирования. С какими рисками сталкивается компания при организации финансирования за счет выпуска акций и облигаций?

9. Доинвестиционная (Pre-money Valuation) и постинвестиционная (Post-money Valuation) стоимость компании.

10. Этапы первичного публичного размещения (IPO) акций инновационной компании?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 11: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 12. Оценка инвестиционной привлекательности стартап-проекта

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

3. Опрос по материалам лекций.
4. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Основные принципы оценки эффективности инновационных проектов.
2. Показатели эффекта и эффективности.
3. Характеристика видов денежных потоков проекта.
4. Понятие нормы дисконта.
5. Процедура дисконтирования.
6. Экономическое содержание и методы расчета чистой текущей стоимости (NPV).
7. Охарактеризуйте показатель индекса доходности.
8. Понятие внутренней нормы рентабельности проекта.
9. Способы расчеты дисконтированного срока окупаемости.
10. Особенности оценки проектов, находящихся на ранних стадиях инновационного процесса.

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 12: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 13. Риски стартап-проекта

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Что есть риск инновационного проекта?
2. Определите суть рисков НИОКР для инновационного проекта.
3. Определите суть технологических рисков для инновационного проекта.

4. Определите суть производственных рисков для инновационного проекта.

5. Определите суть рыночных рисков для инновационного проекта.

6. Определите суть управленческих и социальных рисков для инновационного проекта.

7. Определите суть рисков внешней среды для инновационного проекта.

8. Что есть процедура риск-менеджмента проекта? Определите и охарактеризуйте процедуры риск-менеджмента проекта.

9. Определите три наиболее часто применяемые на практике метода количественного анализа рисков инновационных проектов.

10. Охарактеризуйте суть метода анализа влияния отдельных факторов (анализа чувствительности).

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 13: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 14. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Какова структура эффективной презентации и почему она такова?

2. Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?

3. В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?

4. В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?

5. Какова цель продающей презентации и какое место она занимает в общем маркетинговом плане?

6. Проанализируйте свою презентацию, сделанную на деловой игре с учетом замечаний, высказанных на обсуждении, — какие части презентации вызвали одобрение и какие еще нужно доработать?

7. Как правильно взаимодействовать с инвестором, заинтересовавшимся презентацией проекта?

8. Какие знания о потенциальном клиенте нужно иметь, чтобы презентация при проблемном интервью была эффективной?

9. Какие действия необходимо предпринять после того, как сделана продающая презентация?

10. Как изменились ваши представления о презентации после прохождения темы?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 14: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 15. Понятие и структура инновационной среды. Сущность инновационной экосистемы

Форма занятия: семинар

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Для каких целей осуществляется формирование инновационной среды?

Ее задачи и структура.

2. Формирование внутренней среды инноваций. Понятие инновационного потенциала и его состав.

3. Дайте характеристику институциональной среды национальных инновационных систем. Какие ключевые институты входят в ее состав?

4. Концепция "тройной спирали" и ее роль в успешном функционировании национальных инновационных систем.

5. В чем состоит обеспечивающая роль инновационной инфраструктуры? Охарактеризуйте основные подсистемы.

6. Цели и задачи технопарков (научных парков) России.

7. Какие условия, услуги и льготы предоставляет бизнес-инкубатор для своих резидентов?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 15: [1, 2, 5, 10, 11].

Практическое занятие по теме 16. Сущность государственной инновационной политики

Форма занятия: семинар.

Форма занятия – практическое занятие

План занятия:

3. Опрос по материалам лекций.

4. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Что вы понимаете под государственной инновационной политикой?

2. Кратко охарактеризуйте основной документ, определяющий государственную политику в сфере инноваций — Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года.

3. Определите и кратко охарактеризуйте изменения, коснувшиеся секторов науки и исследований как части государственной инновационной политики, произошедшие в период с 2009 года.

4. Перечислите основные программы, инициированные государством в последние годы, призванные служить улучшению предпринимательской среды России.

5. Что есть институты развития? Приведите примеры, кратко

охарактеризуйте их в рамках государственной инновационной политики.

6. Что есть инновационный территориальный кластер?

7. Перечислите меры государственной инновационной политики в части стимулирования инновационного развития зрелого бизнеса.

8. Охарактеризуйте программу Национальной технологической инициативы.

9. Приведите и охарактеризуйте ключевые конкурентные преимущества современных университетов, позволяющих им играть роль точек инновационного роста в современной экономике знаний.

10. В чем проявляется новая роль университетов в обществе знаний?

Ссылки на рекомендуемые источники по практическому занятию 16: [1, 2, 5, 10, 11].

3 Задания и методические указания по выполнению контрольной работы

3.1 Общие сведения, выбор варианта

В соответствии с рабочей программой по дисциплине "Интернет-предпринимательство", обучающиеся по направлению 38.03.02 Менеджмент студенты выполняют контрольную работу. Контрольная работа завершает изучение дисциплины и способствует закреплению полученных знаний. Ее выполнение является важной формой самостоятельной работы обучающихся, позволяет им приобрести навыки аналитической работы, научного исследования, продемонстрировать умение использовать полученные знания для оценки реальной экономической жизни предприятия.

Контрольная работа сдается путем прикрепления в ЭИОС ИНОТЭКУ КГТУ в соответствующую рубрику, созданную преподавателем по данной дисциплине. Срок сдачи: не позднее начала зачетно-экзаменационной сессии, установленной графиком учебного процесса.

3.2 Методические указания по выполнению контрольной работы

Объем контрольной работы следует ограничить 15 страницами, оформление производится в соответствии с требованиями, принятыми в ИНОТЭКУ КГТУ.

Работу следует разбить на следующие **структурные разделы**:

- актуальность темы исследования;
- степень изученности проблемы, вопроса;
- используемая методология;
- обобщение теоретических вопросов;
- описание и решение практической задачи на примере конкретной фирме (старт-ап проекта);
- анализ полученных результатов;
- основные выводы.

В конце работы должен быть приведен **список использованных источников**, состоящий не менее чем из 7 наименований.

Изложение материала должно быть грамотным, иметь логическую последовательность. Не допускается сокращение слов, кроме общепринятой аббревиатуры. Требования к оформлению контрольной работы определяются методическими указаниями по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Калининград: КГТУ, 2018.

Законченная работа к установленному руководителем сроку должна быть представлена для проверки в едином информационном пространстве ЭИОС и в печатном виде сдана на кафедру ЭФ. После получения допуска руководителя студент распечатывает и защищает работу. Работы, выполненные на низком уровне и не соответствующие указанным требованиям, возвращаются студенту с письменным заключением руководителя на доработку и исправление.

Причинами недопуска контрольной работы к защите могут быть:

- работа не носит самостоятельного характера, материал полностью заимствован из литературных источников или у других авторов;
- основные вопросы исследуемой темы не раскрыты, изложены поверхностно или схематично (фрагментарно);
- в тексте содержатся ошибочные положения;
- научный аппарат использован неграмотно или отсутствует.

Без защиты контрольной работы студент не может быть допущен к сдаче зачёта по данной учебной дисциплине.

Критерии оценки контрольной работы.

Анализ результатов контрольной работы проводится по следующим критериям:

- 1) глубина анализа и умение разобраться в проблеме исследования;
- 2) использование современных методов анализа и оценки деятельности предприятий;
- 3) самостоятельность выполненной работы;
- 4) грамотность и логичность изложения материала;
- 5) качество оформления работы.

Также контрольная работа должна быть сдана в указанные сроки. Студент, не сдавший контрольную работу в срок, считается имеющим академическую задолженность.

Работа, которая не допущена к защите, возвращается автору на доработку. Дополнительно устанавливаются сроки повторной защиты контрольных работ.

На защите контрольной работы автор должен в течение 5-7 минут изложить основные результаты проведенного исследования с представлением презентационного материала и должен быть готов ответить на вопросы по его работе. В докладе необходимо отразить следующую информацию: тема работы, актуальность и цель работы, объект исследования; характеристика объекта

исследования; результаты анализа исследуемой на данном объекте проблемы; практические рекомендации по решению проблемы.

Вопросы преподавателя могут носить как теоретический, так и практический характер. Студент должен показать глубокие знания изученной проблемы, над которой он работал, четко знать терминологию, которая используется в работе; понимать и уметь объяснить смысл формул, уравнений, рисунков; обосновать сделанные в работе выводы и аргументировать целесообразность внедрения рекомендаций. Ответы должны быть четкими и показывать знание студентом темы.

Оценка "отлично" ставится студенту, который в срок, в полном объеме и на высоком уровне выполнил контрольную работу. Вся контрольная работа в целом представляет собой целостное исследование, в котором есть введение и заключение. Теоретическая и практическая части связаны между собой. Тему исследования отличает очевидная актуальность и новизна. Из результатов сделаны практические выводы. В ходе процедуры защиты обучающийся высказывал собственную точку зрения на проблему, продемонстрировал свободную ориентацию в проблеме исследования, уверенное и последовательное изложение результатов, умение отвечать на вопросы по существу.

Оценка "хорошо" ставится студенту, который выполнил контрольную работу, но с незначительными замечаниями, был менее самостоятелен и инициативен. В работе могут быть допущены некоторые неточности в анализе фактов, событий, статистических данных и т. д., которые, тем не менее, не повлияли существенным образом на качество сделанных выводов, что свидетельствует о достаточном уровне усвоения студентом основной и дополнительной литературы, однако при этом допущены существенные ошибки в её интерпретации и формулировке выводов. Вся контрольная работа в целом оставляет впечатление целостного исследования, во введении и заключении нет существенных неточностей и недоработок. В ходе процедуры защиты

обучающийся продемонстрировал, что он ориентируется в проблеме исследования и может их логично изложить и отвечать на вопросы.

Оценка "удовлетворительно" ставится студенту, который представил фрагментарный анализ источников, в котором нет целостности и чёткой структурированности. Анализом не охвачен целый ряд существенных для понимания проблемы исследований. В практической части исследования допущены неточности в анализе фактов, событий, статистических данных и т.д. Вся контрольная работа в целом характеризуется несогласованностью теоретической и практической частей, имеются существенные недоработки во введении и заключении. В ходе процедуры защиты обнаружилась слабая ориентация в проблеме, обучающийся не всегда был способен отвечать на вопросы.

Оценка "неудовлетворительно" ставится студенту, который не выполнил контрольную работу, либо выполнил с грубыми нарушениями требований, не раскрыл заявленную тему, не выполнил практической части работы. Вся контрольная работа в целом не может быть признана целостным исследованием из-за отсутствия одной из существенных (теоретической или практической) частей работы. В течение всего периода работы над темой деятельность обучающегося нуждалась в строгом контроле и постоянном стимулировании со стороны руководителя. Работа не является самостоятельно полученным результатом и выполнена не самим обучающимся. В ходе процедуры защиты было обнаружено, что обучающийся самостоятельно не ориентируется в содержании работы, не может объяснить и не понимает существо проблемы, не может отвечать на поступающие вопросы или отказывается отвечать.

3.3 Правила определения варианта контрольной работы

Тема контрольной работы выбирается по таблице из колонки, соответствующей последней цифре номера зачетной книжки. Например, если

номер зачетной книжки оканчивается на 3, то тема контрольной работы - или 3, или 13, или 23 (на усмотрение студента и по согласованию с руководителем).

Таблица 2 - Номера тем контрольной работы

Последняя цифра номера зачетной книжки									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	1	2	3	4	5	6	7	8	9
20	11	12	13	14	15	16	17	18	19
30	21	22	23	24	25	26	27	28	29

3.4 Темы контрольных работ

1. Преимущество работы в команде при реализации бизнес-проектов. Самые успешные команды прошлого (описать на конкретном примере).
2. Проблемы формирования команды в бизнесе. Масштабные командные неудачи (описать на конкретном примере).
3. Командный дух в бизнесе и принципы его создания (описать на конкретном примере).
4. Как сохранить командный дух при провалах и неудачах в бизнесе (описать на конкретном примере)?
5. Какие критерии привлекательности сегмента рынка необходимо учитывать высокотехнологичному стартапу?
6. Какие факторы макросреды в наибольшей степени влияют на развитие высокотехнологичных предприятий?
7. Как поменяются политики комплекса маркетинга в зависимости от типа рынка (B2B или B2C) и почему?
8. Каковы ключевые причины успеха концепции Customer development?
9. Каковы основные минусы концепции Customer development?
10. Выберите один из существующих сегодня на рынке стартапов. Проанализируйте путь его развития, используя методики темы 9.
11. Причины провала стартапов.
12. Сравните шаблоны бизнес-моделей А. Остервальдера, Э. Маурьи, Ris Ventures и ФРИИ.

13. Как стартапу преодолеть "долину смерти"?
14. Особенности оценки эффективности и инвестиционной привлекательности стартапов.
15. Анализ чувствительности проекта к воздействию рисков.
16. Оценка ключевых факторов эффективности проекта.
17. Риски проекта: как сохранить баланс принятия, передачи, сокращения и избегания в вашем проекте.
18. Качественный анализ рисков и процедуры риск-менеджмента в рамках вашего инновационного проекта.
19. Человеческий фактор в инновационном бизнесе и сопутствующие ему риски (на основе вашего инновационного проекта).
20. Рост значимости нематериальных активов компании: взгляд риск-менеджера (на основе вашего инновационного проекта).
21. Государственная инновационная политика в свете избегания рисков высокотехнологичных проектов: как государство может помочь в процедурах риск-менеджмента вашего инновационного проекта.
22. Предприниматель: каковы границы допустимой рисковости?
23. Обоснование применимости краудфандинговой платформы Boomstarter <https://boomstarter.ru/> для вашего проекта.
24. Роль государственной инновационной политики в социально-экономической повестке России.
25. Институты развития: лататели "провалов рынка" либо политические игроки на инновационном поле?
26. Институт технологических платформ: проблемы и пути решения.
27. Инновационные территориальные кластеры: истории успеха (неудач).
28. Национальная технологическая инициатива: способна ли Россия занять место глобально конкурентоспособного игрока на высокотехнологичных рынках будущего?
29. Новая роль университетов в экономике знаний: путь России.

3.5 Информационные технологии, программное обеспечение и интернет-ресурсы

Информационные технологии

В ходе написания курсовой работы, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ) является ежегодно обновляемым приложением к рабочим программам модулей (рассматривается УМС и утверждается отдельно) и размещается на официальном сайте в разделе "Образовательные программы высшего образования университета" и в ЭИОС.

Перечень лицензионного программного обеспечения ежегодно обновляется и размещен на сайте университета (http://www.klgtu.ru/about/structure/structure_kgtu/itc/info/software.php).

Программное обеспечение

1. Программное обеспечение Microsoft

Интернет-ресурсы

1. База данных официальной статистики Федеральной службы государственной статистики. Свободный доступ on-line: <http://www.gks.ru/>
2. Справочная правовая система "Гарант"
3. Справочная правовая система "КонсультантПлюс"
4. Информация о ситуации на рынке труда Российской Федерации. Свободный доступ on-line: <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/inform/1>
5. ЭИОС КГТУ. Свободный доступ on-line: www.econ.klgtu.ru

4 Методические указания по проведению промежуточной аттестации

Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства поэтапного формирования результатов освоения дисциплины;

- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

К оценочным средствам поэтапного формирования результатов освоения дисциплины относятся:

- опросы;

- тестовые задания по отдельным темам;

- задания для проведения практических (семинарских) занятий;

- задания для выполнения контрольной работы (для заочной формы обучения).

К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачета, относятся:

- контрольные вопросы по дисциплине.

Тестовые задания используются для оценки освоения отдельных тем дисциплины студентами очной заочной форм обучения. Тестирование обучающихся проводится на занятиях после рассмотрения на лекциях соответствующих тем.

Тестовое задание предусматривает выбор правильного ответа (или правильных ответов) на поставленный вопрос из нескольких предлагаемых вариантов.

Критерии оценивания контрольной работы приведены ниже в таблице 3.

Таблица 3 - Критерии оценивания контрольной работы

Форма контроля	Критерии	
Контроль-ная работа	"зачтено"	"незачтено"
	Показано умение применять полученные теоретические знания, глубокое и творческое овладение основной и дополнительной литературой; материал изложен грамотно, аргументировано и логически стройно; показано умение теоретически обосновывать изложенные положения; практическая часть выполнена в полном объеме; соблюдены требования к оформлению контрольной работы	Выставляется в случаях, когда не выполнены условия, позволяющие поставить оценку "зачтено"

Зачетная оценка ("зачтено", "не зачтено") по итогам третьего семестра выставляется по результатам выполнения практических работ студента в семестре и положительно оценённой контрольной работе студентами очно-заочной формы обучения.

Критерии оценивания зачёта по дисциплине:

а) оценка "отлично" выставляется в случае правильных, полных и четких ответов на теоретические вопросы, с их проецированием и интерпретацией на сегодняшнюю ситуацию;

б) оценка "хорошо" выставляется в случаях: правильных и четких ответов при незначительных замечаниях, неточностях;

в) оценка "удовлетворительно" выставляется в случаях ответа на большую часть (не менее 50 % основных положений): при правильном ответе на один вопрос или неполных ответах на два вопроса;

г) оценка "неудовлетворительно" выставляется при ответах, не удовлетворяющих критериям, указанным в предыдущих пунктах.

4.4 Контрольные вопросы по дисциплине "Интернет-предпринимательство":

1. Раскройте сущность инноваций, исходя из теории Й. Шумпетера "Пять типичных изменений".

2. Инновации как продукт и инновации как процесс.

3. Принципиальное разграничение понятий "новшество" и "инновация".
4. Основные свойства инноваций.
5. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
6. Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе "технологического толчка".
7. Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе "давления рыночного спроса".
8. Интерактивная модель инновационного процесса.
9. Роль предпринимателя в инновационном процессе по Й. Шумпетеру. Предприниматели-инноваторы и предприниматели-консерваторы.
10. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.
11. Чем команда отличается от малой группы?
12. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?
13. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?
14. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?
15. Что значит на практике быть командным лидером?
16. Что такое роль? Как определить, соответствует ли человек роли?
17. Соотношение роли и командной функции.
18. Как формируется командный дух? Что помогает создать командный дух?
19. Что разрушает командный дух?
20. Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?
21. Содержание и сущность процесса генерирования идей.
22. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.
23. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.
24. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.
25. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

26. Содержание блока "Ценностное предложение" и "Формула прибыли" бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
27. Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
28. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.
29. Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.
30. Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.
31. В чем основная причина для проведения маркетинговых исследований?
32. Каковы основные требования к маркетинговой информации, получаемой в исследованиях?
33. Перечислите достоинства и недостатки первичной информации.
34. Перечислите достоинства и недостатки вторичной информации.
35. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
36. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?
37. Перечислите критерии отбора целевого сегмента для высокотехнологичного стартапа.
38. Расшифруйте понятия PAM, TAM, SAM, SOM и поясните их суть.
39. Что в себя включает классический комплекс маркетинга (маркетинг-микс)?
40. Опишите жизненный цикл продукта в традиционном представлении.
41. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?
42. Опишите жизненный цикл продукта в методе водопада, его основные преимущества и недостатки.
43. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.
44. Перечислите девять уровней готовности технологии и кратко опишите каждый уровень.

45. Опишите основные виды противоречий в теории решения изобретательских задач.
46. Сформулируйте основной принцип теории ограничений и приведите пример "снятия" ограничения системы.
47. Этапы развития потребности, формы и стадии. Опишите, приведите примеры.
48. Внешние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.
49. Внутренние барьеры на пути удовлетворения потребности. Опишите и приведите примеры.
50. Моделирование потребности, цели.
51. Модель потребности на основе подхода Шета, Ньюмана и Гросса. Опишите.
52. Модель потребительского поведения. Этапы. Описание. Способы воздействия на потребителей на различных стадиях.
53. Внешние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.
54. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.
55. Внутренние детерминанты поведения потребителей. Опишите и приведите примеры.
56. Потребность с биологической и психологической точек зрения. Опишите и приведите примеры.
57. Как соотносятся понятия "интеллектуальная собственность" и "нематериальные активы"?
58. Перечислите основные источники правового регулирования интеллектуальной собственности, действующие в России.
59. Как охраняется интеллектуальная собственность в России?
60. Перечислите основные виды интеллектуальной собственности по российскому законодательству.

61. Перечислите и опишите основные юридические свойства интеллектуальной собственности.

62. Перечислите и опишите основные общие свойства авторского права.

63. Перечислите и опишите основные общие свойства патентного права.

64. Перечислите и кратко опишите существующие системы патентования.

65. Дайте определение и перечислите основные свойства секрета производства (ноу-хау).

66. Дайте определение, перечислите виды и основные функции средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

67. Как соотносятся понятия "трансфер технологий", "коммерциализация разработки" и "лицензирование"?

68. Раскройте сущность "патентного троллинга" и приведите примеры известных вам компаний — "патентных троллей".

69. Означает ли применение стратегии лицензирования, что лицензиар не имеет права использовать лицензируемую технологию в своих бизнес-процессах? Мотивируйте ваш ответ.

70. Перечислите требования закона к форме лицензионного договора и обязательные (существенные) условия лицензионного договора, а также назовите несколько необязательных (факультативных) условий лицензионного договора (по российскому законодательству).

71. Назовите и кратко опишите ключевые методы расчета стоимости объекта интеллектуальной собственности.

72. Назовите три ключевых типа цены лицензии и поясните, в чем заключается суть каждого из них.

73. В чем заключаются преимущества и недостатки роялти по сравнению с паушальным платежом?

74. В чем недостаток метода роялти для лицензиара? Для лицензиата?

75. Что такое "правило 25 %"? Поясните, как оно применяется в лицензионных сделках и почему.

76. Воспроизведите формулу расчета цены лицензии методом роялти и опишите возможные базовые показатели для ее определения.

77. Раскройте смысл следующих понятий: стартап, экономичный (бережливый) стартап (Lean Startup), модель SPACE, HADI-цикл, бизнес-модель, разворот (пивот), малое инновационное предприятие, "долина смерти".

78. Опишите основные отличия стартапа от "традиционного" бизнеса, методики и путь развития.

79. Сформулируйте концепцию экономичного (бережливого) стартапа (Lean Startup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.

80. В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?

81. Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики "орбит", примеры применения.

82. Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.

83. Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.

84. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.

85. Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?

86. Каковы три сценария коммерциализации разработок и компетенций?

87. Для чего нужны новые технологии промышленным корпорациям?

88. Какие факторы бизнес-логики определяют внедрение тех или иных разработок?

89. В каких областях в настоящее время наиболее активно используются открытые инновации?

90. Какое важное противоречие "снимают" открытые инновации?

91. Что такое ценностное предложение и как оно соотносится с "болью" клиента?
92. С кем в корпорациях нужно выходить на контакт при продаже услуг по коммерческим НИОКР?
93. Какие ключевые ресурсы обеспечивают возможность выполнения коммерческих НИОКР?
94. Из чего состоит коммерческое предложение?
95. Каковы основные правила ведения переговоров при заключении контрактов на НИОКР?
96. Проведите сравнительную характеристику стратегий финансирования стартапов и корпораций.
97. Какие инструменты финансирования характерны для каждой стадии инновационного цикла?
98. Краудфандинг как инструмент финансирования.
99. Особенности финансирования инновационных проектов бизнес-ангелами.
100. Проведите сравнительную характеристику грантов и субсидий, выделите общие черты и различия между этими видами финансовых инструментов.
101. Как работает система венчурного финансирования?
102. Перечислите функции венчурных фондов.
103. Сравните инструменты долевого (акции) и долгового (облигации) финансирования. С какими рисками сталкивается компания при организации финансирования за счет выпуска акций и облигаций?
104. Доинвестиционная (Pre-money Valuation) и постинвестиционная (Post-money Valuation) стоимость компании.
105. Этапы первичного публичного размещения (IPO) акций инновационной компании.
106. Основные принципы оценки эффективности инновационных проектов.
107. Показатели эффекта и эффективности.

108. Характеристика видов денежных потоков проекта.
109. Понятие нормы дисконта.
110. Процедура дисконтирования.
111. Экономическое содержание и методы расчета чистой текущей стоимости (NPV).
112. Охарактеризуйте показатель индекса доходности.
113. Понятие внутренней нормы рентабельности проекта.
114. Способы расчета дисконтированного срока окупаемости.
115. Особенности оценки проектов, находящихся на ранних стадиях инновационного процесса.
116. Что есть риск инновационного проекта?
117. Определите суть рисков НИОКР для инновационного проекта.
118. Определите суть технологических рисков для инновационного проекта.
119. Определите суть производственных рисков для инновационного проекта.
120. Определите суть рыночных рисков для инновационного проекта.
121. Определите суть управленческих и социальных рисков для инновационного проекта.
122. Определите суть рисков внешней среды для инновационного проекта.
123. Что есть процедура риск-менеджмента проекта? Определите и охарактеризуйте процедуры риск-менеджмента проекта.
124. Определите три наиболее часто применяемые на практике метода количественного анализа рисков инновационных проектов.
125. Охарактеризуйте суть метода анализа влияния отдельных факторов (анализа чувствительности).
126. Какова структура эффективной презентации и почему она такова?
127. Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?
128. В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?

129. В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?

130. Какова цель продающей презентации и какое место она занимает в общем маркетинговом плане?

131. Проанализируйте свою презентацию, сделанную на деловой игре с учетом замечаний, высказанных на обсуждении, — какие части презентации вызвали одобрение и какие еще нужно доработать?

132. Как правильно взаимодействовать с инвестором, заинтересовавшимся презентацией проекта?

133. Какие знания о потенциальном клиенте нужно иметь, чтобы презентация при проблемном интервью была эффективной?

134. Какие действия необходимо предпринять после того, как сделана продающая презентация?

135. Как изменились ваши представления о презентации после прохождения темы?

136. Для каких целей осуществляется формирование инновационной среды? Ее задачи и структура.

137. Формирование внутренней среды инноваций. Понятие инновационного потенциала и его состав.

138. Дайте характеристику институциональной среды национальных инновационных систем. Какие ключевые институты входят в ее состав?

139. Концепция "тройной спирали" и ее роль в успешном функционировании национальных инновационных систем.

140. В чем состоит обеспечивающая роль инновационной инфраструктуры? Охарактеризуйте основные подсистемы.

141. Цели и задачи технопарков (научных парков) России.

142. Какие условия, услуги и льготы предоставляет бизнес-инкубатор для своих резидентов?

5 Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине

5.1 Цель, задачи и методические указания по выполнению самостоятельной работы

Цель самостоятельной работы – формирование у студентов потребности и умения самостоятельно получать новые знания для решения учебных, научных и профессиональных задач.

Задачами самостоятельной работы студентов являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- развитие творческого восприятия и осмысление учебного материала по отдельным темам дисциплины;
- приобретение навыков самостоятельного поиска информации в рамках изучаемой темы;
- выработка умения ориентироваться в постоянном потоке научной, методической, правовой информации;
- формирование установки на систематическое получение новых знаний.

Самостоятельная работа является одной из форм изучения дисциплины "Интернет-предпринимательство". Её особенность заключается в том, что познавательная деятельность по изучению дисциплины реализуется студентом по заданию преподавателя, но без его участия. В этой связи определяющей основой для студента становится опора на собственные и предметные знания, на имеющийся опыт изучения данной дисциплины, умение пользоваться многообразием средств обучения.

Выполнение самостоятельной работы по дисциплине "Интернет-предпринимательство" осуществляется в виде проработки учебного материала, ответов на контрольные вопросы по отдельным темам дисциплины, решения практических задач, предложенных преподавателем, подготовки докладов,

рефератов или презентаций к практическим (семинарским) занятиям, выполнения тестирования.

В качестве основных средств выполнения самостоятельной работы следует использовать учебники, учебные пособия и нормативно-правовые акты, рекомендованные преподавателем, лекционный материал по отдельным темам дисциплины, подобранную студентом литературу в соответствии с изучаемой темой.

В перечень задач, которые студент должен выполнить в процессе самостоятельной работы, входят:

- осуществить проработку учебного материала путём подбора и анализа различных источников информации по изучаемой теме;
- сформулировать ответы на контрольные вопросы по отдельным темам дисциплины;
- решить практические задачи, предложенные преподавателем;
- подготовить доклад, реферат или презентацию для обсуждения на практических (семинарских) занятиях;
- выполнить итоговое тестирование.

Выполненные студентом самостоятельные задания подлежат контролю со стороны преподавателя. Он осуществляется путём устных опросов по контрольным вопросам рассматриваемой темы, проверки решённых студентами практических задач, предложенных преподавателем, наблюдения за выступлениями студентов с докладами, рефератами, презентациями на практических (семинарских) занятиях и последующего их обсуждения, проведения тестирования,

5.2 Перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины

1. Понятие стартапов, их достоинства и недостатки.
2. Кастомизация и модели монетизации.

3. Принцип Smart&Simple.
4. Рыночная ниша и скрининг идеи.
5. Ценность продукта и ее определение.
6. Понятие бизнес-идеи. Технологии поиска идеи для стартапа.
7. Ментор, мотивация, опцион.
8. Формирование команды.
9. Этапы развития команды.
10. Успешная работа команды и ее факторы.
11. Стартап и причины их провалов.
12. Бизнес модель и карта бизнес модели.
13. Lean Startup и тестирование гипотез.
14. Целевая аудитория, понятие и формирование ценностного предложения.
15. Конкурентное преимущество и матрица позиционирования.
16. Конкуренты и потребители, позиционирование продукта.
17. Модели TAM (TotalAddressable Market), SAM (Served Available Market),
18. SOM (Servicable and Obtainable Market).
19. Расчет рынка сверху вниз (Top down) и снизу вверх (Bottom up).
20. Инноваторы для стартапа.
21. Определение и оценка рыночного сегмента.
22. Структура портрета потребителя и целевая аудитория.
23. Клиентское развитие (customer development).
24. Проблемное решенческое интервью.
25. Трекшн-карта, поиск и изучение клиентов (customer discovery).
26. Доход на привлеченного пользователя (Average Revenue Per User).
27. Число привлеченных пользователей(User Acquisition).
28. Доход с платящего пользователя (Average Revenue Per Paying User).
29. Стоимость привлечения пользователя (Cost Per Acquisition).
30. Версия продукта с минимальным функционалом (MVP).

31. Модель предоставления программного обеспечения как сервиса (услуги) (SaaS).
32. Число суточных и месячных уникальных пользователей (Daily Active Users и Monthly Active Users).
33. Экономика продукта.
34. Вводные для модели монетизации.
35. Виды моделей монетизации.
36. Выбор модели монетизации.
37. Внешние и внутренние ограничения в модели.
38. Структура потоков доходов и расходов.
39. Понятие минимального жизнеспособного продукта (MVP) и его место в клиентском развитии.
40. Типы MVP.
41. Отличие MVP от технологического прототипа
42. Поиск и изучение клиентов.
43. Масштабирование бизнеса.
44. HADI цикл и узкие места.
45. Воронка бизнеса.
46. Этапы воронки маркетинга и воронки продаж.
47. Рекламные каналы.
48. Площадки конвертации.
49. Каналы коммуникации.
50. Сплит тестирование.
51. Венчурные инвестиции и их источники.
52. Виды инвесторов.
53. Фонды развития и их требования.
54. Поиск инвесторов. Краудфандинг.
55. Бизнес ангелы и их требования.
56. Питч, killer фичрешения. Понятие "инвестиционная презентация".

57. Понятия "аутсорсинг", "бизнес акселератор", "бизнес ангел" и их взаимосвязь.

58. Преимущества и недостатки не ИТ-компаний.

59. Преимущества и недостатки компаний дистрибьюторов.

60. Преимущества и недостатки компаний интеграторов.

61. Преимущества и недостатки компаний аутсорсеров.

62. Преимущества и недостатки компаний разработчиков.

63. Преимущества и недостатки работы фрилансером.

64. Понятие стартапов, их достоинства и недостатки.

65. Кастомизация и модели монетизации.

66. Принцип Smart&Simple.

67. Рыночная ниша и скрининг идеи.

68. Ценность продукта и ее определение.

69. Понятие бизнес-идеи. Технологии поиска идеи для стартапа.

70. Ментор, мотивация, опцион.

71. Формирование команды.

72. Этапы развития команды.

73. Успешная работа команды и ее факторы.

74. Стартап и причины их провалов.

75. Бизнес модель и карта бизнес модели.

76. Lean Startup и тестирование гипотез.

77. Целевая аудитория, понятие и формирование ценностного предложения.

78. Конкурентное преимущество и матрица позиционирования.

79. Конкуренты и потребители, позиционирование продукта.

80. Модели TAM (Total Adressable Market), SAM (Served Available Market),

81. SOM (Servicable and Obtainable Market).

82. Расчет рынка сверху вниз (Top down) и снизу вверх (Bottom up).

83. Инноваторы для стартапа.

84. Определение и оценка рыночного сегмента.
85. Структура портрета потребителя и целевая аудитория.
86. Клиентское развитие (customer development).
87. Проблемное решенческое интервью.
88. Трекшн-карта, поиск и изучение клиентов (customer discovery
89. Доход на привлеченного пользователя (Average Revenue Per User).
90. Число привлеченных пользователей (User Acquisition).
91. Доход с платящего пользователя (Average Revenue Per Paying User).
92. Стоимость привлечения пользователя (Cost Per Acquisition).
93. Версия продукта с минимальным функционалом (MVP).
94. Модель предоставления программного обеспечения как сервиса (услуги) (SaaS).
95. Число суточных и месячных уникальных пользователей
96. (Daily Active Users и Monthly Active Users).
97. Экономика продукта.
98. Вводные для модели монетизации.
99. Виды моделей монетизации.
100. Выбор модели монетизации.
101. Внешние и внутренние ограничения в модели.
102. Структура потоков доходов и расходов.
103. Понятие минимального жизнеспособного продукта (MVP) и его место в клиентском развитии.
104. Типы MVP.
105. Отличие MVP от технологического прототипа.
106. Поиск и изучение клиентов.
107. Масштабирование бизнеса.
108. HADI-цикл и узкие места.
109. Воронка бизнеса.
110. Этапы воронки маркетинга и воронки продаж.

111. Рекламные каналы.
112. Площадки конвертации.
113. Каналы коммуникации.
114. Сплит тестирование.
115. Статистика и показатели: ИИБ (индекс информационного благоприятствования), индекс цитируемости
116. Венчурные инвестиции и их источники.
117. Виды инвесторов.
118. Фонды развития и их требования.
119. Поиск инвесторов. Краудфандинг.
120. Бизнес ангелы и их требования.
121. Питч, killer фичрешения. Понятие "инвестиционная презентация".

5.3 Типовые практические задачи по отдельным темам дисциплины

Типовые задания по теме 2. "Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа"

1. Чем команда отличается от малой группы?
2. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?
3. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?
4. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?
5. Что значит на практике быть командным лидером?
6. Что такое роль? Как определить, соответствует ли человек роли?
7. Соотношение роли и командной функции.
8. Как формируется командный дух? Что помогает создать командный дух?
9. Что разрушает командный дух?
10. Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?

Типовые задания по теме 3. "Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта. Бизнес-модель и ценностное предложение (Value Proposition)"

1. Содержание и сущность процесса генерирования идей.
2. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.
3. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.
4. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.
5. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
6. Содержание блока "Ценностное предложение" и "Формула прибыли" бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
7. Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
8. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.
9. Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.
10. Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.

Типовые задания по теме 4. "Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория"

1. В чем основная причина для проведения маркетинговых исследований?
2. Каковы основные требования к маркетинговой информации, получаемой в исследованиях?
3. Перечислите достоинства и недостатки первичной информации.
4. Перечислите достоинства и недостатки вторичной информации.
5. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
6. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?

7. Перечислите критерии отбора целевого сегмента для высокотехнологичного стартапа.

8. Расшифруйте понятия PAM, TAM, SAM, SOM и поясните их суть.

9. Что в себя включает классический комплекс маркетинга (маркетинг-микс)?

Типовые задания по теме 5. "Product development. Разработка продукта"

1. Опишите жизненный цикл продукта в традиционном представлении.

2. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?

3. Опишите жизненный цикл продукта в методе водопада, его основные преимущества и недостатки.

4. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.

5. Перечислите девять уровней готовности технологии и кратко опишите каждый уровень.

6. Опишите основные виды противоречий в теории решения изобретательских задач.

7. Сформулируйте основной принцип теории ограничений и приведите пример "снятия" ограничения системы.

Типовые задания по теме 9. "От идеи к продукту. MVP. Создание и развитие стартапа"

1. Раскройте смысл следующих понятий: стартап, экономичный (бережливый) стартап (Lean Startup), модель SPACE, HADI-цикл, бизнес-модель, разворот (пивот), малое инновационное предприятие, "долина смерти".

2. Опишите основные отличия стартапа от "традиционного" бизнеса, методики и путь развития.

3. Сформулируйте концепцию экономического (бережливого) стартапа (Lean Startup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.

4. В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?

5. Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики "орбит", примеры применения.

6. Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.

7. Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.

8. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.

9. Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?

5.4 Темы докладов и рефератов

1. Интернет-предпринимательство: сущность и ключевые особенности

2. Идея: источники идей для стартапа

3. Инструментарий проверки идей для стартапа

4. Команда стартапа: требования к компетенциям, знаниям, навыкам

5. Особенности управления командой стартапа

6. Особенности мотивации команды стартапа

7. Бизнес-модель предприятия

8. Основные методы анализа рынка

9. Оценка потенциала и емкости рынка

10. Методы анализа конкурентов

11. Оценка и выявление целевой аудитории проекта

12. Customer discovery и customer development

13. Цикл принятия новых продуктов
14. Метрики стартапа и экономика продукта
15. Финансовая оценка стартапа
16. Модели монетизации ценности
17. Требования к проведению тестирования каналов сбыта
18. Подготовка проектов к масштабированию
19. Маркетинговые коммуникации и PR стартапа
20. Основные источники привлечения инвестиций
21. Требования к подготовке питча для инвесторов

5.5 Типовые тестовые задания для итогового тестирования по дисциплине

Вариант 1.

1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?
 - а) Возможности.
 - б) Ценности.
 - в) Получение прибыли.
2. 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.
3. Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются:
 - а) Сочетание динамического и статического подходов 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.

4. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

- а) Постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, 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.

5. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:

- 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.

6. Стадии бизнес-планирования включают в себя:

- 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.

7. 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.
8. Дайте определение целям компании:
- 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.
9. Одно из обязательных условий высококачественного проведения диагностического анализа:
- а) следует знать основные направления проекта подготовки предприятия для достижения требуемого потенциала
 - б) необходимо знать взаимосвязи функций и ресурсов фирмы
 - в) должны использоваться знания системной модели и в целом системного анализа исследуемого объекта

Вариант 2

1. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:
- а) Макрофакторы.
 - б) Микрофакторы.
 - в) Мезофакторы.
 - г) Мегафакторы.
2. 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".

3. 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.

4. 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.

5. Какой из этих показателей больше PAM?

- а) TAM.
- б) SAM.
- в) SOM.
- г) Никакой.

6. Какой из этих показателей меньше SOM?

- а) TAM.
- б) SAM.
- в) PAM.
- г) Никакой.

7. 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.

8. Что не входит в маркетинг-микс?

- а) Продуктовая политика.
- б) Ценовая политика.
- в) Политика поведения на переговорах.
- г) Сбытовая политика.

9. Что такое фокус-группа?

- а) Группа фокусников.
- б) Люди, обожающие фокусы.
- в) Это группа респондентов, обсуждающих определенную тему.
- г) Метод маркетинговых исследований.
- д) Люди в фокусе видеокамеры-360.

Вариант 3

1. Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:

- а) Изучение рынка.
- б) Разработка продукта.
- в) Обслуживание и поддержка.
- г) Вывод на рынок.
- д) Продажи.
- е) Утилизация.

2. Стадии жизненного цикла товара (вычеркните ненужное):

- а) Выход на рынок.
- б) Спад.
- в) Рост.

г) Зрелость.

д) Обзвон клиентов.

3. Взаимодействие рынка и продукта описывается следующим циклом (расставьте стадии в правильном порядке):

а) Выход на рынок.

б) Разработка нового продукта.

в) Создание новой технологии или бизнес-модели.

г) Появление требований по улучшению.

д) Запрос на изменения.

4. Преимуществами модели водопада являются (вычеркните 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.

5. Недостатками метода гибкой разработки являются (вычеркните лишний ответ):

а) Не выглядит так "солидно", как жесткая каскадная схема.

б) Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки.

в) Изобретательская идея.

г) Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях.

д) Менее подробная документация и стандартизация продукта.

6. Что не относится к уровням готовности технологии:

а) Фундаментальные исследования выявили потенциал применения.

б) Определены возможные применения.

- в) Получено экспериментальное подтверждение возможности применения на модели.
- г) Методология генерации эффективных идей и разрешения проблем на основе моделей противоречий.
- д) Прототип испытан в лабораторных условиях.

7. Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (выберите правильный ответ):

- а) Привлечь финансирование в проект.
- б) Устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие.
- в) Получить патент на изобретение.
- г) Начать разработку продукта.

8. 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.

9. Опишите типичный путь развития стартапа, по мнению Стива Бланка:

- а) Бизнес-план — разработка продукта — альфа-/бета-тест — запуск — первая поставка.
- б) Гипотеза — тестирование — привлечение клиентов — создание компании/масштабирование.
- в) Идея — полностью готовый продукт — выбор канала продаж — поиск клиентов — активные продажи.
- г) Все ответы верные (возможны альтернативные пути развития).
- д) Нет верного ответа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Основная литература

1. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: учеб. / К. В. Балдин, В.Б. Уткин. - 7-е изд. - Москва: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2017. - 395 с. (ЭБС "Университетская библиотека онлайн").

2. Петрова, Л. В. Современные информационные технологии в экономике и управлении: учеб. пособие / Л. В. Петрова, Е. Б. Румянцева. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 52 с. (ЭБС "Университетская библиотека онлайн").

3. Рис, Э. Метод стартапа: предпринимательские принципы управления для долгосрочного роста компании / Э. Рис; пер. с англ. М. Кульневой. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 350 с.

Дополнительная литература

4. Голицына, О. Л. Информационные системы : учеб. пособие / О. Л. Голицына, Н. В. Максимов, И. И. Попов. - Москва: ФОРУМ, 2007. - 495 с.

5. Бланк, С. Стартап: настольная книга основателя: практ. пособие / С. Бланк, Б. Дорф. – 3-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 615 с.

6. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: учеб. / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. - 5-е изд. - Москва: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К°», 2007. - 395 с

7. Информационные технологии управления: учеб. пособие / под ред. Г. А. Титоренко. - 2-е изд., доп. - Москва: ЮНИТИ, 2003. - 439 с.

8. Интернет-технологии в экономике знаний: учеб. пособие / Н. М. Абдикеев, В. И. Бондаренко, Б. В. Евтеев [и др.] - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 448 с.

9. Мещерская, О. Стартап: как создать?: практ.пособие / О. Мещерская. – Москва: Вита-Пресс, 2020. – 36 с.

10. Бланк, С. Четыре шага к озарению: стратегии создания успешных стартапов: практ. пособие / С. Бланк. – Москва: Альпина Паблицер, 2016. – 368 с.

Периодические издания

11. "Вопросы экономики", "Российский экономический журнал (РЭЖ)", "Инновации", "Менеджмент в России и за рубежом", "Креативная экономика", "Эксперт", "Вопросы инновационной экономики".

Учебно-методические пособия

12. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИНОТЭКУ / сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., испр., доп. - Калининград: КГТУ, 2018. - 29 с.

13. Патокина, Н. Н. Интернет-предпринимательство: учеб.-метод. пособие / Н. Н. Патокина, Ю. Л. Софронова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2021. — 32 с.

14. Фейзуллаев, Ф. С. Интернет-предпринимательство: учеб.-метод. пособие / Ф. С. Фейзуллаев. — Махачкала : ДагГАУ им. М. М. Джембулатова, 2019. — 45 с.

Программное обеспечение

15. Программное обеспечение Microsoft

Интернет-ресурсы

16. ЭБС "eLIBRARY.RU" - <http://elibrary.ru/defaultx.asp/>

17. ЭБС "Университетская библиотека online" - <http://www.biblioclub.ru/>

18. База профессиональных данных Федерального агентства по рыболовству "Банк правовых актов". Свободный доступ on-line: <http://fish.gov.ru/>

19. База данных официальной статистики Федеральной службы государственной статистики. Свободный доступ on-line: <http://www.gks.ru/>

20. Программа для бизнес-планирования АЛТ-ИНВЕСТ. Свободный доступ online: <http://www.alt-invest.ru/index.php/ru/>
21. Справочная правовая система "Гарант"
22. Справочная правовая система "КонсультантПлюс"

Локальный электронный методический материал

Руслан Константинович Поляков

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Редактор Э. С. Круглова

Уч.-изд. л. 6,8 Печ. л. 6,1

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
"Калининградский государственный технический университет".
236022, Калининград, Советский проспект, 1