



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПС

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе дисциплины)
**«ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА
И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки

38.03.01 ЭКОНОМИКА
Профиль программы
«ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА»

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра экономики и финансов

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-9: Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач в области профессиональной деятельности современные технические средства и информационные технологии</p>	<p>ПК-9.1: Использует для решения аналитических и исследовательских задач в области интернет-предпринимательства, инновационной экономики и технологического предпринимательства, платежных систем и технологий, цифровой экономики и электронной коммерции профессиональные компьютерные программы и современные информационные технологии</p>	<p>Инновационная экономика и технологическое предпринимательство</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные теории, базовые условия и важнейшие компоненты среды инновационной деятельности; - принципы проектирования, организации, управления и оценки эффективности инновационной деятельности; - основы научно-технического развития, мониторинга и государственной поддержки инновационной деятельности; - основы коммерциализации инноваций и развития бизнеса. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - проектировать и управлять проектами инновационной деятельности; - применять на практике методы управления проектом; - проводить оценку эффективности инновационной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами анализа компонентов среды инновационной деятельности предприятия; - методами проектирования, организации, управления и оценки инновационной деятельности.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий;
- задания для выполнения самостоятельной работы студентов.

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

- промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения тем дисциплины студентами всех форм обучения (Приложение №1). Тестирование проводится как форма самостоятельной работы студентов всех форм обучения.

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

Тестирование производится методом случайной выборки (15 вопросов в итоговом тестовом задании) в системе тестирования «INDIGO». Оценка по результатам тестирования зависит от уровня освоения студентом тем дисциплины и соответствует следующему диапазону (%):

- от 0 до 55 – неудовлетворительно;
- от 56 до 70 – удовлетворительно;
- от 71 до 85 – хорошо;
- от 86 до 100 – отлично.

Положительная оценка выставляется студенту при получении от 56 до 100% верных ответов.

3.2 В приложении № 2 приведены типовые задания для проведения практических занятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Для самостоятельной подготовки к практическому занятию необходимо внимательно изучить цель занятия,

материал, полученный на лекции. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Положительная оценка по ним ставится при выполнении студентом задания и защиты у преподавателя, ведущего практические занятия. Неудовлетворительная оценка выставляется, если студент не выполнил предусмотренные рабочей программой дисциплины практические задания.

3.3 В приложении № 3 приведены типовые задания для самостоятельной работы для студентов. Самостоятельная работа предполагает раскрытие теоретических вопросов по дисциплине.

Целью самостоятельной работы студента при изучении дисциплины является овладение предусмотренными программой знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, приобретение опыта творческой, исследовательской деятельности.

В процессе изучения дисциплин студентами используются следующие виды самостоятельной работы:

- подготовка к лекциям;
- проработка конспекта лекций;
- изучение и конспектирование рекомендуемой для самостоятельного изучения нормативно-законодательной литературы;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям;
- решение задач из практикумов;
- составление конспектов;
- решение тестов;
- подготовка научного доклада и выполнение заданий по научно-исследовательской работе;
- работа с обучающими и контролирующими программами.

При подготовке к занятиям студенты составляют аннотации на прочитанный и изученный материал, как краткие формулировки основных положений содержания источников. Рекомендуется так же конспектирование содержания источников, как формы их письменной фиксации.

Оценка самостоятельной работы производится по системе «зачтено», «не зачтено». Положительная оценка по результатам работы выставляется при соответствии индивидуальным заданиям, методическим указаниям и наличии незначительных ошибок.

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Промежуточная аттестация проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости, в том числе:

- положительно аттестованные по результатам проведенного тестирования;
- получившие положительную оценку по самостоятельной работе.

4.2 В приложении № 4 приведены вопросы, которые могут быть использованы для проведения промежуточной аттестации (зачета).

4.3 Оценка по зачету является экспертной и производится по системе «зачтено», «не зачтено», выставляется по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

Оценка «зачтено» ставится студенту при уровне ответа на индивидуальный вопрос на зачете не ниже минимального: правильно раскрыл суть теоретического вопроса; знает фундаментальные (базовые) понятия, правильно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя. Оценка «незачтено» ставится, если студент не смог правильно раскрыть суть индивидуального вопроса на зачете, не смог правильно ответить на дополнительные вопросы преподавателя, не владеет фундаментальными (базовыми) понятиями.

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (профиль «Прикладная экономика»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры экономики и финансов (протокол № 6 от 26.04.2022 г.)

Заведующий кафедрой


А.Г. Мнаçаканян

Приложение № 1

**ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

Вариант 1.

1. Инновации — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в (отметьте неправильный вариант):

- а) Новых продуктах.
- б) Новом технологическом процессе.
- в) Новом дизайне упаковки продукта.

2. К обязательным свойствам инноваций относится все кроме:

- а) Научно-техническая новизна.
- б) Производственная применимость.
- в) Усовершенствованный дизайн.

3. К инновационным продуктам и услугам можно отнести:

- а) Схема нового вида летательного аппарата.
- б) Новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании.
- в) Выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения.

4. Не обязательный этап для превращения идеи в готовый инновационный продукт:

- а) Этап прототипа (модели продукта).
- б) Этап патентования.
- в) Этап производства.

5. К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится:

- а) Публичная презентация нового продукта.
- б) Стратегические альянсы с другими компаниями.
- в) Создание корпоративных венчурных фондов.

6. К эпохальным инновациям можно отнести:

- а) Освоение скотоводства.
- б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.
- в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

7. К улучшающим инновациям можно отнести:

- а) Освоение скотоводства.
- б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.
- в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

8. К псевдоинновациям можно отнести:

- а) Освоение скотоводства.
- б) Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.
- в) Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

9. В основе средних промышленных циклов конъюнктуры протяженностью в 7-10 лет лежит(ат):

- а) рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности
- б) смена пассивной части капитала, к которой относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.
- в) замена активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.

10. В маркетинговую среду фирмы входят факторы:

- а) Макрофакторы
- б) Мезофакторы
- в) Микрофакторы

11. Рынок B2C это:

- 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

12. 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) Холл-тест
- б) Анализ протокола
- в) Фокус-группа

13. Потребность (с точки зрения психологии) – это:

- а) Основа спроса
- б) Биологическая реакция индивида на стимул, возникающий извне или изнутри и побуждающий организм перейти в активное состояние
- в) Стремление достичь состояния общего психологического благополучия

14. Расположите формы потребности в порядке ее развития:

- а) Нужда – желание – запрос
- б) Желание – нужда – запрос
- в) Запрос – нужда – желание

15. Основным принципом Теории ограничений является:

- а) Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов
- б) Внутри системы в каждый момент всегда есть только одно ограничение
- в) Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства

Вариант 2.

1. Командного лидера характеризует:

- а) Харизма.
- б) Умение правильно распределять роли.
- в) Либерализм.

2. Основным принципом Теории ограничений является:

- а) Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов
- б) В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение,
- в) Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства

3. На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:

- а) Однозначно да.
- б) Да, если время и место были согласованы со всеми заранее.
- в) Нет, это объективные причины.

4. В группе низкая экспансивность, это:

- а) Мешает сформировать команду.
- б) Помогает сформировать команду.
- в) Никак не скажется на формировании команды.

5. Работа в команде имеет следующее преимущество:

- а) Снижает время на принятие решений.
- б) Упрощает процесс распределения прибыли.
- в) Повышает креативность.

6. Создание онлайн-команды (без очных встреч):

- а) Неизбежно.
- б) Возможно.

в) Невозможно.

7. К заповедям формирования командного духа относится:

- а) Безоговорочное подчинение.
- б) Совместная работа.
- в) Отказ от увольнения работников.

8. Командный дух предполагает:

- а) Чувство общности.
- б) Четкое выполнение инструкций.
- в) Отсутствие лидера.

9. Архетип, формирующий практическую деятельность руководителя:

- а) лидер
- б) начальник отдела
- в) менеджер

10. Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы:

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

11. B2C рынок – это:

- 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

12. 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) Холл-тест
- в) Фокус-группа

13. Преимуществами модели водопада являются (выберите лишний ответ):

- а) Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций
- б) Очень подробное документирование процесса на каждой стадии
- в) Требования к продукту четко определены

14. Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишний ответ):

- а) Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс
- б) Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях
- в) Менее подробная документация и стандартизация продукта

15. Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы:

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

Вариант 3.

1. Основой возникновения бизнес-идеи являются:

- 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. Определение целей 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

10. С2В – это модель взаимодействия:

- а) Потребитель-потребитель
- б) Потребитель-бизнес
- в) Бизнес-государство

11. Дискуссионные листы предназначены для:

- а) Определенной целевой аудитории
- б) Рассылки индивидуальных писем
- в) Обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

12. Тип лидерства предпочтительный на этапе формирования команды:

- а) Направляющий
- б) Директивный
- в) Поддерживающий

13. Стилль лидерства предпочтительный на этапе стабилизации команды:

- а) Поддерживающий
- б) Направляющий
- в) Консультативный

14. В отношении создания и управления командой верно утверждение:

- а) Постарайтесь найти индивидуалов-суперзвезд
- б) Выбирайте командных игроков
- в) Не выгоняйте отстающих, а постоянно работайте над их недостатками

15. Диаграмма Ганта используется для:

- а) Определения роли человека в команде
- б) Оценки уровня охвата целевого сегмента рынка
- в) Иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту.

Приложение № 2

**ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

Практическое занятие 1

Тема: Создание и развитие стартапа.

Форма занятия: семинар

План занятия

1. Обсуждение вопросов темы.
2. Опрос по материалам лекций.

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 (LeanStartup): 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?

Практическое занятие 2

Тема: Формирование и развитие команды.

Форма занятия: семинар

План занятия

1. Обсуждение вопросов темы.
2. Опрос по материалам лекций.

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?

Практическое занятие 3

Тема: Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план.

Форма занятия: семинар

План занятия

1. Обсуждение вопросов темы.
2. Опрос по материалам лекций.

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.

Практическое занятие 4

Тема: Маркетинг. Оценка рынка.

Форма занятия: семинар

План занятия

1. Обсуждение вопросов темы.
2. Опрос по материалам лекций.

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)?

Практическое занятие 5

Тема: Product development. Разработка продукта.

Форма занятия: семинар

План занятия

1. Обсуждение вопросов темы.
2. Опрос по материалам лекций.

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.

Приложение № 3

**ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

Задание 1

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.

Задание 2

1. Как сохранить командный дух при провалах и неудачах в бизнесе (описать на конкретном примере)?
2. Какие критерии привлекательности сегмента рынка необходимо учитывать высокотехнологичному стартапу?
3. Какие факторы макросреды в наибольшей степени влияют на развитие высокотехнологичных предприятий?

Задание 3

1. Как поменяются политики комплекса маркетинга в зависимости от типа рынка (B2B или B2C) и почему?
2. Каковы ключевые причины успеха концепции Customer development?
3. Каковы основные минусы концепции Customer development?

Задание 4

1. Выберите один из существующих сегодня на рынке стартапов. Проанализируйте путь его развития, используя методики темы 9.
2. Причины провала стартапов.
3. Сравните шаблоны бизнес-моделей А. Остервальдера, Э. Маурьи, Ris Ventures и ФРИИ.

Задание 5

1. Как стартапу преодолеть «долину смерти»?
2. Особенности оценки эффективности и инвестиционной привлекательности стартапов.
3. Анализ чувствительности проекта к воздействию рисков.
4. Оценка ключевых факторов эффективности проекта.

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, КОТОРЫЕ ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ,
МОГУТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ
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 вкладов.
11. Назовите отличия команды от малой группы. Приведите их характеристику.
12. Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.
13. Инновационное предприятие: определение, преимущества, недостатки и этапы создания.
14. Определите суть рисков внешней среды для инновационного проекта.
15. Модель потребительского поведения. Этапы. Описание. Способы воздействия на потребителей на различных стадиях.
16. Соотношение роли и командной функции.
17. Изменения, происходящие с командой на протяжении жизненного цикла проекта.
18. Перечислите основные источники правового регулирования интеллектуальной собственности, действующие в России.
19. Перечислите и коротко опишите существующие системы патентования.
20. Перечислите основные виды интеллектуальной собственности по российскому законодательству.
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.