

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Проектирование Startup

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
09.03.03 - Прикладная информатика

Направленность образовательной программы
ИТ-сервисы и технологии обработки данных в экономике и финансах

Форма обучения
очно-заочная

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина ФТД.02 Проектирование Startup является факультативом в образовательной программе.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, базирующихся на системном подходе УК-1.2: Демонстрирует умение соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. УК-1.3: Демонстрирует наличие практического опыта работы с информационными источниками, опыта научного поиска и представления научных результатов.	УК-1.1: Знать принципы конкурентной среды, принципы формирования ценностного предложения и конкурентного преимущества проекта, знать основы финансирования Startup. УК-1.2: Уметь оценить бизнес-идею, рынок, конкурентов; изложить письменно бизнес-идею и стратегию Startup, обосновать ее реализуемость, разработать план действий; составлять план маркетинговых мероприятий. УК-1.3: Владеть разными методами принятия управленческих решений, способностью распределять, координировать и контролировать работу команды.	Тест Практическое задание Реферат Проект	Зачёт: Тест

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очно-заочная
--	--------------

Общая трудоемкость, з.е.	1
Часов по учебному плану	36
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	12
- КСР	1
самостоятельная работа	19
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 3 0	0 3 0	0 3 0	0 3 0	0 3 0
Введение в инновационное развитие. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план.	5	1	2	3	2
Виды Startup. Мировые и российские истории успеха Startup.	6	1	2	3	3
Разработка календарного плана работ Startup-проекта. Эффективная команда Startup. Анализ рисков Startup-проекта	6	1	2	3	3
Startup. Оценка инвестиционной привлекательности проекта. Оценка финансовых затрат	6	1	2	3	3
Итоговая презентация группового проекта (питч-сессия)	12		4	4	8
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	36	4	12	17	19

Содержание разделов и тем дисциплины

Введение в инновационное развитие. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план.

Виды Startup. Мировые и российские истории успеха Startup.

Разработка календарного плана работ Startup-проекта. Эффективная команда Startup. Анализ рисков Startup-проекта

Startup. Оценка инвестиционной привлекательности проекта. Оценка финансовых затрат

Итоговая презентация группового проекта (питч-сессия)

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:
Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Проектирование Startup, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11763>.

Иные учебно-методические материалы:

Введение в инновационное развитие. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план.

Виды Startup. Мировые и российские истории успеха Startup.

Разработка календарного плана работ Startup-проекта. Эффективная команда Startup. Анализ рисков Startup-проекта

Startup. Оценка инвестиционной привлекательности проекта. Оценка финансовых затрат

Итоговая презентация группового проекта (питч-сессия)

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-1:

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

- A. Новых продуктах.
- B. Новом технологическом процессе.
- C. Новом способе организации производства.
- D. Новом дизайне упаковки продукта.

2. К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:

- A. Научно-техническая новизна.
- B. Производственная применимость.
- C. Коммерческий потенциал.
- D. Усовершенствованный дизайн.

3. Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам (можно выбрать несколько вариантов ответа):

- A. Схема нового вида летательного аппарата.
- B. Новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании.

C. Найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta.

D. Выпущенный на рынок новый процессор Intel Core 7-го поколения.

4. К эпохальным инновациям можно отнести:

A. Освоение скотоводства.

B. Выпуск новой модели мобильных теле-фонов с функцией LTE.

C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).

5. К улучшающим инновациям можно отнести:

A. Освоение скотоводства.

B. Выпуск новой модели мобильных теле-фонов с функцией LTE.

C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).

6. К псевдоинновациям можно отнести:

A. Освоение скотоводства.

B. Выпуск новой модели мобильных теле-фонов с функцией LTE.

C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).

D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн дол-ларов).

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

A. Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты.

B. Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек.

C. Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики.

8. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

A. Макрофакторы.

B. Микрофакторы.

C. Мезофакторы.

D. Мегафакторы.

9. Что такое B2C-рынок?

A. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства.

B. Рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги лично-го

потребления.

С. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей пере-продажи их с прибылью для себя.

D. Рынок «покупатель — покупателю».

10. Что такое time to market?

A. Время, необходимое для вывода продукта на рынок.

B. Время на развитие рынка.

C. Время на поиск сегмента.

D. Время для проезда до рынка.

11. Преимуществами модели водопада являются (вычеркните лишний ответ):

A. Очень подробное документирование процесса на каждой стадии.

B. Требования к продукту четко определены.

C. Снижение требований к квалификации разработчиков.

D. Страхование от дефектов разработки благодаря жесткому планированию.

E. Легко измеримые результаты каждой стадии.

F. Логично «встраивается» в полный жизненный цикл продукта.

G. Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций.

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

A. Привлечь финансирование в проект.

B. Устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие.

C. Получить патент на изобретение.

D. Начать разработку продукта.

13. Основным принципом теории ограничений является (выберите правильный ответ):

A. Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов.

B. В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место.

C. Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства.

D. Прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек.

14. Потребность (с точки зрения психологии) — это:

A. Основа спроса.

B. Биологическая реакция индивида на стимул, возникающий извне или изнутри и побуждающий организм перейти в активное состояние.

C. Стремление достичь состояния общего психологического благополучия, обеспечить психологический комфорт и предотвратить/избавиться от дискомфорта.

15. Расположите формы потребности в порядке ее развития:

- А. Нужда — желание — запрос.
- В. Желание — нужда — запрос.
- С. Запрос — нужда — желание.

16. Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?

- А. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект.
- В. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства.
- С. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль.

17. Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки):

- А. Поиск информации — осознание потребности — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.
- В. Осознание потребности — поиск информации — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.
- С. Оценка альтернатив — поиск информации — осознание потребности — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	число правильных ответов 75% и более
не зачтено	число правильных ответов менее 75%

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-1:

Практическое задание. Компания WonderMe производит мелкую бытовую технику и электронику в особом, необычном дизайне (например, универсальный пульт ДУ в форме сэндвича, компьютерную мышь, оформленную как чучело настоящей мыши, наушники в форме змей и т. п.). Уникальность предложения заключается в работе по индивидуальным требованиям и желаниям заказчика, т. е. имеющаяся собственная технология на основе 3D-принтинга позволяет создать практически любой дизайн любого небольшого технического устройства. Компания хочет выйти на новый уровень развития, в том числе на международный рынок.

Определите:

1. Основной вид деятельности компании WonderMe.

2. Ценностное предложение компании WonderMe.
3. Основные компетенции по созданию ценностного предложения.
4. Ключевые краткосрочные и долгосрочные цели компании.
5. Состав ресурсов для достижения долгосрочных целей.
6. Основные риски при реализации целей.

Практическое задание. Представим компанию X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоурумы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Задание: необходимо смоделировать потребность в рассматриваемом товаре. Определить гипотетические барьеры. Проанализировать, насколько верны планируемые действия компании. Для выполнения данного задания предварительно составьте «гайд-интервью с потребителем» (о чем будете беседовать — о потребностях, барьерах и пр.).

Практическое задание. Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

1. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.
2. Компания разрабатывает приложение, в котором можно найти информацию об имеющихся поблизости удобствах для родителей с маленькими детьми (пеленальные комнаты, рестораны с детским питанием, аптеки и т. д.). Необходимо изучить модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного приложения.
3. Компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения. Необходимо принять решение о целесообразности данных вложений.

Укажите, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

1. Компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания, помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей.
2. Компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

Практическое задание. Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. В группах придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.

1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а так-же вся инфраструктура для автоматизированной работы. Наиболее показательный пример: использование дистанционного контроля для лечения заболеваний, системы «умный дом» и другие.
2. Передовая робототехника. Представляет собой не только производственную робототехнику, но и множество различных систем, включая экзоскелеты, которые увеличивают физические возможности человека, например, людей с ограниченными возможностями.
3. Накопление и хранение энергии. Прогресс в технологиях накопления и хранения энергии позволит сделать более экологически чистые гибридные автомобили полноценными конкурентами традиционных, стабилизировать работу электросетей и упростить процесс электрификации труднодоступных регионов.
4. Трехмерная печать. Представляет собой метод послойного создания физического объекта на основе виртуальной трехмерной модели. За четыре года стоимость домашнего принтера 3D-печати упала в 10 раз.
5. Высокотехнологичные материалы и новые материалы с новыми свойствами. Например, нанолечения, суперконденсаторы, сверхъёмкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

Практическое задание. На рынок РФ выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство — Южная Корея. Стоимость 36 000 рублей за штуку (одна комплектация).

Подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — ка-кое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации. Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
не зачтено	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-1:

Инновации как продукт и инновации как процесс.
Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».
Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «технологического толчка».
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «давления рыночного спроса».
Интерактивная модель инновационного процесса.
Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?
Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.
Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.
Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.
Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
Содержание блока «Ценностное предложение» и «Формула прибыли» бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.
Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.
Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.
Содержание и сущность процесса генерирования идей.
Опишите основные отличия стартапа от «традиционного» бизнеса, методики и путь развития.

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

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

Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики «орбит», примеры применения.

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

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

Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд A (B, C, D), IPO.

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

Какова структура эффективной презентации и почему она такова?

Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?

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

В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?

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

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

Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции УК-1:

Проектная деятельность

Команда будет состоять из 4–7 человек, окончательное распределение по командам произойдет уже на втором занятии. В ходе первого занятия будут представлены описания нескольких технологических разработок, существующих либо в виде концепта, либо в виде прототипа. Перед командой стоит задача разработки проекта коммерциализации выбранной разработки, которая включает в себя проведение исследования рынка, выявление потенциальных целевых сегментов, разработку стратегии внедрения инновации на рынок, разработку и тестирование MVP, анализ источников финансирования проекта и т. д. Работа будет развиваться поэтапно в течение всех практических занятий по курсу. Результатом работы каждой команды является бизнес-проект, оценку которого проводит жюри, формируемое преподавателем. В жюри могут быть приглашены специалисты в области маркетинга, управления инновациями, венчурных инвестиций, финансирования бизнеса и т. д. Оценка проектов жюри происходит по заранее определенным критериям.

Первый этап работы с групповым проектом

Требования к оформлению отчета. Объем каждого еженедельного письменного отчета — не менее 2 тысяч и не более 5 тысяч знаков. Еженедельные отчеты в электронном и печатном формате сдаются для проверки преподавателю перед каждым последующим занятием. Итоговый отчет сдается преподавателю перед занятием. На данном занятии происходит обучение составлению презентации на основе подготовленных командами отчетов (шаблоны презентаций представлены на сайте <https://www.innovationeconomy.ru/>). Итоговый групповой отчет по проекту должен включать в себя всю совокупность письменных домашних заданий по групповому проекту, выполненных командой в ходе работы по курсу с первого по последнее занятие с учетом обратной связи от преподавателя.

Второй этап проекта

Презентация проекта. На последнем занятии все команды представляют свои проекты экспертному жюри в рамках питч-сессии. В рамках итоговой презентации команды представляют проекты, доработанные в соответствии с рекомендациями по итогам первого этапа. Вся совокупность еженедельных отчетов оформляется командами в презентацию для питч-сессии. Содержание презентации:

- название проекта;
- суть проекта;
- какую проблему потребителя решает продукт/услуга, конкурентные преимущества;
- потенциал рынка;
- предлагаемая технология;
- бизнес-модель;
- команда;
- текущее состояние и достигнутые результаты по тестированию MVP;
- риски;

- экономика проекта и финансовый план;
- предложение инвестору;
- контактная информация.

Цель итоговой презентации — представление инновационного проекта перед жюри, члены которого выступают в роли потенциальных инвесторов, а также для привлечения потенциальных клиентов. Команды не ограничены в применении презентационных средств, музыкальных, световых, видео-, спецэффектов и т. д. Команды также могут подготовить рекламные материалы и иной раздаточный материал для распространения по залу.

Оценка результатов итоговой презентации

Оценка итоговой презентации определяется совокупно по итогам оценки экспертов (см. рис.)

Итоговые презентации оцениваются экспертами по следующим критериям: у обоснованность аналитических выводов о состоянии и тенденциях развития исследуемого рынка и перспективах внедрения инновации; у системность анализа, учет всех релевантных факторов макро- и микросреды исследуемого рынка; у качество и обоснованность предлагаемых маркетинговых решений; у обоснованность инвестиций в инновационную разработку; у системность рекомендаций по выведению инновации на рынок; у качество представления презентации; у качество защиты проекта (ответов на вопросы экспертов и публики).

Требования к презентации результатов каждого этапа группового проекта

Основные результаты исследования презентуются публично. Регламент: 5 минут на презентацию и 10 минут на ответы на вопросы экспертов. Оформление презентации, раздаточных материалов, подготовка сопутствующих материалов и т. д. остаются на усмотрение команды.

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.
не зачтено	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой

	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-1

1. Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?

- A. Этап прототипа (модели продукта).
- B. Этап патентования.
- C. Этап производства.
- D. Этап первых продаж.

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

- A. Публичная презентация нового продукта.
- B. Стратегические альянсы с другими компаниями.
- C. Создание корпоративных венчурных фондов.
- D. Заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний.

3. Стратегические решения обладают следующими характеристиками:

- A. Необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления.
- B. Характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников.
- C. Принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации.

4. 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:

- A. Глубинное интервью.
- B. Анализ протокола.
- C. Холл-тест.
- D. Фокус-группа.

5. Какой из этих показателей больше РАМ?

- A. ТАМ.
- B. САМ.
- C. СОМ.
- D. Никакой.

6. Какой из этих показателей меньше СОМ?

- A. ТАМ.
- B. САМ.
- C. РАМ.
- D. Никакой.

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

- A. Выход на рынок.
- B. Разработка нового продукта.
- C. Создание новой технологии или бизнес-модели.
- D. Появление требований по улучшению.
- E. Запрос на изменения.

8. Как эффективнее всего снизить высоту барьера неплатежеспособности (товар — 3-комнатная квартира)?

- A. Поднять цену на товар.
- B. Предложить рассрочку или кредит.
- C. Снизить цену на 3%.

9. В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товар-ной группы и товарной марки?

- A. Публичных товаров первой необходимости (открытое потребление).
- B. Личных товаров первой необходимости (скрытое потребление).
- C. Личных товаров роскоши (скрытое потребление).
- D. Публичных товаров роскоши (открытое потребление).

10. Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?

А. Барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие).

В. Накладываемые семьей.

С. Отсутствие товара.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	число правильных ответов 75% и более
не зачтено	число правильных ответов менее 75%

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Спиридонова Е. А. Создание стартапов : учебник / Е. А. Спиридонова. - Москва : Юрайт, 2023. - 193 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14065-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841013&idb=0>.
2. Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 326 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00347-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848123&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Альварес Синди. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development : Учебное пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 248 с. - Аспирантура. - ISBN 978-5-9614-5395-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=612132&idb=0>.
2. Мухамедьяров Альфрет Муллагалиевич. Инновационный менеджмент : Учебное пособие / Уфимский государственный авиационный технический университет. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 191 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-006730-8. - ISBN 978-5-16-110547-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834737&idb=0>.
3. Пейл Ж. Реальная стратегия: Как планировать только то, что можно воплотить : монография / Пейл Ж. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 370 с. - ISBN 978-5-9614-6839-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838779&idb=0>.
4. Мировая экономика в период больших потрясений : Монография / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет; Амстердамский свободный университет; Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет; Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"; Московская Школа Управления "Сколково"; Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. -

576 с. - (Научная мысль). - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-017493-8. - ISBN 978-5-16-111076-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=873831&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Справочная правовая система «Гарант»: <http://www.garant.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: <http://www.studentlibrary.ru/>
4. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <http://znanium.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
6. Электронно-библиотечная система «IPR BOOKS»: <http://www.iprbookshop.ru/>
7. ВЦИОМ: <https://wciom.ru/>
8. Трансперенси Интернешнл-Р <https://transparency.org.ru/>
9. Операционная система Microsoft Windows
10. Пакет прикладных программ Microsoft Office
11. Чарльз Лидбитер об инновациях. URL:
https://www.ted.com/talks/charles_leadbeater_on_innovation?language=ru
12. Подборка видео и статей на тему инноваций.
URL: <https://www.ted.com/topics/innovation>
13. Подборка видео с международного форума «Открытые инновации». URL:
<https://www.youtube.com/channel/UCp0z-UFvKUBfKtVNBlyX7A>
14. Лекция Петра Щедровицкого о новой технологической революции. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=M4rYcjt8cB4>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 09.03.03 - Прикладная информатика.

Автор(ы): Поляков Евгений Артурович, кандидат педагогических наук.

Заведующий кафедрой: Поляков Евгений Артурович, кандидат педагогических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.