

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 президиума ученого совета
ННГУ
протокол от
«14» декабря 2021 г. № 4

Рабочая программа дисциплины

ПРОЕКТИРОВАНИЕ STARTUP

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность
40.03.01 ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Направленность образовательной программы
ЦИВИЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ СУДОПРОИЗВОДСТВО

Форма обучения
ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ

Дзержинск

2021 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина является факультативом ФТД.02 Проектирование Startup

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	ФТД. Факультативы	Дисциплина ФТД.02 Проектирование Startup является факультативом в ООП направления подготовки 40.03.01 Юриспруденция.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции			
Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Наименование оценочного средства
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение	Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологию принятия управленческих решений. Уметь: применять необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологию принятия управленческих решений. Владеть: навыками применения необходимыми для осуществления профессиональной деятельности правовых норм; принятия управленческих решений.	Тест Практическое задание Эссе Проект
	УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта	Знать: целевые этапы и основные направления работы, выбирать оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Уметь: разрабатывать план и определять этапы проектной деятельности в сфере образования; выбирать оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Владеть: способами определения целевых этапов и основных направлений работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм,	Тест Практическое задание Эссе Проект

		имеющихся ресурсов и ограничений	
	УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	Знать: методику ведения проектной деятельности Уметь: применять методику ведения проектной деятельности Владеть: методикой организации проектной деятельности в сфере юриспруденции	Тест Практическое задание Эссе Проект
	УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Знать: методы корректировки способов решения поставленных проектных задач Уметь: контролировать ход выполнения проекта Владеть: навыками руководства ходом выполнения проекта в юридической деятельности	Тест Практическое задание Эссе Проект
	УК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Знать: различные формы представления результатов проекта Уметь: презентовать результаты проекта Владеть: навыками презентации результатов проекта	Тест Практическое задание Эссе Проект
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.4. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Знать: основные теории функционирования инновационной экономики и технологического предпринимательства, принципы организации, управления и оценки инновационно-предпринимательской деятельности; меры государственной поддержки инновационной деятельности и развития инновационной экосистемы; основы коммерциализации инноваций и развития высокотехнологического бизнеса. Уметь: планирование и проектирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в форме стартапа, коммерческого контракта, лицензионного договора; формирование проектных команд; выбор бизнес-модели и разработка бизнес-плана; анализ рынка и прогнозирование продаж, анализ потребительского поведения, разработка IP-стратегии проекта, проведение оценки эффективности инновационной деятельности, анализ рисков развития компании Владеть: приемы работы на рынке коммерциализации высоких технологий с использованием	Тест Практическое задание Эссе Проект

		моделей Productdevelopment и Customerdevelopment; использование технологий бережливого стартапа (lean) и гибкого подхода к управлению (agile), технологии разработки финансовой модели проекта; проведение переговоров с инвесторами и публичных презентаций проектов (питчей).	
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	_1_ ЗЕТ	_1_ ЗЕТ	___ ЗЕТ
Часов по учебному плану	36	36	
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	4	4	
- занятия семинарского типа	12	12	
(практические занятия / лабораторные работы)			
самостоятельная работа	19	19	
КСР	1	1	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет	зачет	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),	Всего (часы)			В том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего								
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема 1. Введение в	9	9		1	1		3	3		0	0	0	4	4	0	5	5	0

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),	Всего (часы)			В том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				из них														
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего			Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Очная							Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
инновационное развитие																		
Тема 2. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план	9	9		1	1		3	3		0	0	0	4	4	0	5	5	0
Тема 3. Создание и развитие стартапа	9	9		1	1		3	3		0	0	0	4	4	0	5	5	0
Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности проекта	8	8		1	1		3	3		0	0	0	4	4	0	4	4	0
КСР	1	1																
Контроль																		
Итого	36	36	0	4	4	0	12	12	0	0	0	0	16	16	0	19	19	0

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

При проведении учебных занятий Университет обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

При реализации дисциплины применяются следующие образовательные технологии:

- Когнитивные технологии обучения,
- Технологии проектно-ориентированного обучения,
- Технология развивающего обучения,
- Кейс – технология, лекции-беседы,
- технологии беспроводной связи- видеоконференцсвязь

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных тем рабочей программы. Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность,

целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ, раскрытия сущности основных категорий системы управления, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде Power Point, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

5.1 Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций	
	не зачтено	зачтено
<u>Знания</u>	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок

<u>Умения</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.
<u>Навыки</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	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
зачтено	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

вопросы	Код формируемой компетенции
Инновации как продукт и инновации как процесс.	УК-10
Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».	УК-10
Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.	УК-2
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на	УК-2

гипотезе «технологического толчка».	
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «давления рыночного спроса».	УК-2
Интерактивная модель инновационного процесса.	УК-2
Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?	УК-10
Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.	УК-2
Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.	УК-10
Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.	УК-10
Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.	УК-10
Содержание блока «Ценностное предложение» и «Формула прибыли» бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.	УК-10
Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.	УК-10
Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.	УК-10
Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.	УК-10
Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.	УК-2
Содержание и сущность процесса генерирования идей.	УК-10
Опишите основные отличия стартапа от «традиционного» бизнеса, методики и путь развития.	УК-10
Сформулируйте концепцию экономичного (бережливого) стартапа (LeanStartup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.	УК-10
В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?	УК-10
Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики «орбит», примеры применения.	УК-10
Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.	УК-10
Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.	УК-2
Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.	УК-10
Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?	УК-10
Какова структура эффективной презентации и почему она такова?	УК-10
Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?	УК-10
В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?	УК-10
В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?	УК-2
Какова цель продающей презентации и какое место она занимает в общем маркетинговом плане?	УК-2
Проанализируйте свою презентацию, сделанную на деловой игре с учетом замечаний, высказанных на обсуждении, — какие части презентации вызвали одобрение и какие еще нужно доработать?	УК-10

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций

Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-10

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 телефонов 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 телефонов 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 телефонов 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).

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.

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

8. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

- А. Макрофакторы.
- В. Микрофакторы.
- С. Мезофакторы.
- Д. Мегафакторы.

9. Что такое B2C-рынок?

- А. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства.
- В. 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.
- Д. Рынок «покупатель — покупателю».

10. Что такое time to market?

- А. Время, необходимое для вывода продукта на рынок.
- В. Время на развитие рынка.
- С. Время на поиск сегмента.
- Д. Время для проезда до рынка.

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

- А. Очень подробное документирование процесса на каждой стадии.
- В. Требования к продукту четко определены.
- С. Снижение требований к квалификации разработчиков.
- Д. Страхование от дефектов разработки благодаря жесткому планированию.
- Е. Легко измеримые результаты каждой стадии.
- Ф. Логично «встраивается» в полный жизненный цикл продукта.
- Г. Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций.

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

- А. Привлечь финансирование в проект.
- В. Устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие.
- С. Получить патент на изобретение.
- Д. Начать разработку продукта.

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

- А. Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов.
- В. В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место.
- С. 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:

A. Нужда — желание — запрос.

B. Желание — нужда — запрос.

C. Запрос — нужда — желание.

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

A. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект.

B. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства.

C. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль.

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

A. Поиск информации — осознание потребности — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

B. Осознание потребности — поиск информации — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

C. Оценка альтернатив — поиск информации — осознание потребности — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

A. Возможности.

B. Ценности.

C. Получение прибыли.

2. Бизнес-модель — это:

A. Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана.

B. Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли).

C. 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.
- В. Использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса.
- С. 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.
- В. Эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами.
- С. Эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать.

5. Стадии бизнес-планирования включают в себя:

- А. Определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности.
- В. Стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование.
- С. Определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков.

6. Дайте определение целям компании:

- А. Желание стартапера или предпринимателя достигнуть результатов.
- В. Управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки.
- С. Получение прибыли и коммерциализация идеи.

7. Что такое маркетинг-микс?

- А. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга.
- В. Набор факторов, влияющих на маркетинг.
- С. Комплекс стратегических партнеров.
- Д. Секретная формула продукта.

8. Что не входит в маркетинг-микс?

- А. Продуктовая политика.
- В. Ценовая политика.
- С. Политика поведения на переговорах.
- Д. Сбытовая политика.

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

- А. Изучение рынка.
- В. Разработка продукта.
- С. Обслуживание и поддержка.

- D. Вывод на рынок.
- E. Продажи.
- F. Утилизация.

11. Стадии жизненного цикла товара (вычеркните ненужное):

- A. Выход на рынок.
- B. Спад.
- C. Рост.
- D. Зрелость.
- E. Обзвон клиентов.

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

- A. Не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема.
- B. Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки.
- C. Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях.
- . Менее подробная документация и стандартизация продукта

Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-10

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?

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

B. Накладываемые семьей.

C. Отсутствие товара.

5.2.3 Типовые практические задания для оценки сформированности компетенций

Типовые практические задания для оценки сформированности компетенции УК-10

Практическое задание. Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»)?

Практическое задание. Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «давления рыночного спроса»?

Практическое задание. Используя схему (см. рис.), раскройте императивные отличия предпринимателя от менеджера, промоутера и изобретателя. Определите, в чем разница между ними по следующим направлениям:

1. Мотивация их действий.
2. Методы реализации новой идеи.
3. Использование ресурсов, формы и методы привлечения необходимых ресурсов, ответственность.
4. Отношение к организационной структуре.



Практическое задание. Проанализируйте и сравните, какое влияние на существующие рынки оказывают радикальные (базисные) и улучшающие (поддерживающие) инновации. Охарактеризуйте инновации, приведенные ниже, в зависимости от глубины вносимых изменений.

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ

№	Критерий	Виды инноваций
1	Уровень новизны (глубина вносимых изменений)	<ul style="list-style-type: none">• Эпохальные.• Базисные (радикальные).• Улучшающие (поддерживающие).• Псевдоинновации
2	Влияние на рынок (степень подрыва)	<ul style="list-style-type: none">• Подрывные.• Неподрывные
3	По типу технических параметров	<ul style="list-style-type: none">• Продуктовые.• Процессные
4	Сфера распространения	<ul style="list-style-type: none">• Новые для сферы бизнеса в мире.• Новые для сферы бизнеса в стране.• Новые для данного предприятия
5	Преемственность	<ul style="list-style-type: none">• Замещающие.• Отменяющие.• Расширяющие
6	Охват	<ul style="list-style-type: none">• Локальные.• Системные.• Стратегические
7	Время выхода на рынок	<ul style="list-style-type: none">• Инновации-лидеры.• Инновации-последователи
8	Место в процессе производства	<ul style="list-style-type: none">• На «входе».• На «выходе».• Инновации системной структуры
9	По области применения	<ul style="list-style-type: none">• Технические.• Технологические.• Организационно-управленческие.• Информационные.• Социальные

Практическое задание. Назовите прямых и косвенных конкурентов для следующих компаний и продуктов:

1. BMW.
2. Apple iPhone.
3. Skype.

Типовые практические задания для оценки сформированности компетенции УК-2

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 — как-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.

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы для эссе

- Преимущество работы в команде при реализации бизнес-проектов. Самые успешные команды прошлого (описать на конкретном примере).
- Проблемы формирования команды в бизнесе. Масштабные командные неудачи (описать на конкретном примере).
- Командный дух в бизнесе и принципы его создания (описать на конкретном примере).
- Как сохранить командный дух при провалах и неудачах в бизнесе (описать на конкретном примере)?
- Предприниматель: каковы границы допустимой рисковости? у Обоснование применимости краудфандинговой платформы Boomstarter <https://boomstarter.ru/> для вашего проекта.
- Роль государственной инновационной политики в социально-экономической повестке России. у Институты развития: лататели «провалов рынка» либо политические игроки на инновационном поле?
- Институт технологических платформ: проблемы и пути решения. у Инновационные территориальные кластеры: истории успеха (неудач).
- Национальная технологическая инициатива: способна ли Россия занять место глобально конкурентоспособного игрока на высокотехнологичных рынках будущего? - Новая роль университетов в экономике знаний: путь России.

5.2.4 Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Типовая тематика эссе для оценки сформированности компетенций УК-2; УК-10

- Преимущество работы в команде при реализации бизнес-проектов. Самые успешные команды прошлого (описать на конкретном примере).
- Проблемы формирования команды в бизнесе. Масштабные командные неудачи (описать на конкретном примере).
- Командный дух в бизнесе и принципы его создания (описать на конкретном примере).

- Как сохранить командный дух при провалах и неудачах в бизнесе (описать на конкретном примере)?
- Предприниматель: каковы границы допустимой рисковости? Обоснование применимости краудфандинговой платформы Boomstarter <https://boomstarter.ru/> для вашего проекта.
- Роль государственной инновационной политики в социально-экономической повестке России. у Институты развития: лататели «провалов рынка» либо политические игроки на инновационном поле?
- Институт технологических платформ: проблемы и пути решения. у Инновационные территориальные кластеры: истории успеха (неудач).
- Национальная технологическая инициатива: способна ли Россия занять место глобально конкурентоспособного игрока на высокотехнологичных рынках будущего? - Новая роль университетов в экономике знаний: путь России.

5.2.5 Проектная деятельность для оценки сформированности компетенций УК-2; УК-10

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 14. 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 деловой игры

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.)

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ГРУППОВОГО ПРОЕКТА

Максимальный балл	Критерии проекта
5 баллов	Продукт: в чем уникальность бизнес-идеи, какие проблемы решает продукт, почему востребован
5 баллов	Рынок: целевой сегмент рынка, преимущества и отличия от конкурентов, маркетинговые мероприятия. Для кого, почему, как?
5 баллов	Защита интеллектуальной собственности: обоснование стратегии защиты, если она требуется
5 баллов	Команда проекта: командный стиль работы, наличие взаимодополняющих ролей и компетенций
5 баллов	Структура предложения инвестору: размер финансирования, обоснование доли инвестора, варианты выхода. Сколько, за что, как отдавать?
5 баллов	Качество презентации: наглядность, полнота, убедительность, читабельность, красочность
5 баллов	Полнота и емкость ответов на вопросы жюри: понимание проблем, с которыми столкнется проект
Итого 35 баллов	

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.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Вихрова, Н. О. Экономика инноваций. Инновационные риски : учебное пособие / Н. О. Вихрова. - Москва : Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2019. - 58 с. - ISBN 978-5-907226-35-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1283480>
2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467>
3. Ньето-Родригес, А. Цель как проект: как успешно решать любые задачи с помощью проектного подхода : практическое руководство / А. Ньето-Родригес. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 276 с. - ISBN 978-5-9614-4102-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841909>
4. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047745>
5. Проскурин, В. К. Анализ, оценка и финансирование инновационных проектов : учебное пособие / В.К. Проскурин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 136 с. - ISBN 978-5-9558-0486-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054437>

б) дополнительная литература:

1. Альварес, С. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development: Учебное пособие / Альварес С. - Москва :Альпина Паблишер, 2016. - 248 с.: ISBN 978-5-9614-5395-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/737041>
2. Кузьменко, Н. Презентация на миллион: от идеи до инвестора : практическое руководство / Н. Кузьменко. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-4461-1765-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817697>
3. Мухамедьяров, А. М. Инновационный менеджмент : учебное пособие / А. М. Мухамедьяров, Э. А. Диваева. — 3-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 191 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006730-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989378>
4. Пейл, Ж. Реальная стратегия: как планировать только то, что можно воплотить : практическое руководство / Ж. Пейл. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 370 с. - ISBN 978-5-9614-6839-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842381>
5. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Токарев Б.Е. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 272 с.: 60x88 1/16 (Обложка. КБС)ISBN 978-5-9776-0270-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/971135>
6. Экономика инноваций: Учебное пособие / Под ред. Иващенко Н.П. - Москва :Эк. ф-т МГУ, 2016. - 81 с.: ISBN 978-5-906783-33-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967683>

в) 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-UFvKUBfKtVNB1gyX7A>
14. Лекция Петра Щедровицкого о новой технологической революции. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M4rYcjt8cB4>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При освоении дисциплины программы бакалавриата используются специальные помещения:

-учебные аудитории для проведения занятий лекционных типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью, техническими средствами обучения (переносное мультимедийное оборудование, проектор, экран), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий;

-компьютерный класс, оборудованный компьютерами, объединенными сетью с выходом в Интернет;

-помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с подключение к сети Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ.

Автор (ы) к.э.н. Шеншин А.С.

Заведующий кафедрой к.ю.н., доцент Царёв Е.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии Дзержинского филиала университета, протокол № 7 от 03.12.2021 года.