

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.05.04 Модульный проект "Оценка MVP проекта"

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие бизнес-модели организаций</p>	<p>ОПК-4.1 Владеет технологией проектной деятельности в современных организациях, методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами</p>	<p>знает современные подходы к проектной деятельности в организациях, методологии разработки бизнес-моделей, а также методы и инструменты управления бизнес-процессами и проектами в условиях цифровой трансформации.</p> <p>умеет применять проектный подход для решения профессиональных задач, проектировать бизнес-модели и управлять ключевыми процессами с учётом целей организации и требований рынка цифрового маркетинга и управления продажами.</p> <p>владеет навыками навыками реализации проектной деятельности от идеи до внедрения, включая построение и адаптацию бизнес-моделей, а также эффективное управление процессами в современных организациях.</p>
<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.2 Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке. Предлагает способы их решения.</p>	<p>знает методы и инструменты оценки MVP, включая подходы к сбору и анализу рыночной, пользовательской и технической информации, а также принципы формулирования гипотез и определения ключевых задач для дальнейшей итерации продукта.</p> <p>умеет выявлять проблемные зоны MVP на основе анализа доступных данных, формулировать уточняющие вопросы и определять приоритетные задачи для доработки продукта в соответствии с выбранной методологией оценки.</p> <p>владеет навыками навыками структурированного поиска и критического анализа информации из различных источников (рыночные исследования, обратная связь пользователей, метрики продукта) для генерации и обоснования решений по улучшению MVP.</p>

		<p>знает основные элементы концепции проекта, включая методы формулирования цели, задач, актуальности, научной и практической значимости, а также подходы к оценке ожидаемых результатов и сфер их применения в контексте цифрового маркетинга и управления продажами.</p> <p>умеет формулировать цель, задачи, актуальность, значимость и ожидаемые результаты проекта, обосновывая его концепцию в рамках обозначенной проблемы цифрового маркетинга или управления продажами.</p> <p>владеет навыками навыками структурированной разработки проектной концепции с акцентом на применимость результатов в реальных бизнес-контекстах цифрового маркетинга и управления продажами.</p>
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели</p>	<p>знает принципы формирования и реализации стратегии командного взаимодействия, методы координации деятельности участников, а также подходы к распределению ролей и ресурсов в проектной команде в контексте цифрового маркетинга и управления продажами.</p> <p>умеет разрабатывать стратегию сотрудничества и организовывать совместную работу команды для эффективного достижения проектных целей.</p> <p>владеет навыками навыками выстраивания взаимодействия в команде на основе согласованной стратегии сотрудничества с учётом ролей, компетенций и целей проекта в сфере цифрового маркетинга и управления продажами.</p>
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.2 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон</p>	<p>знает подходы и методы разрешения конфликтов в проектной команде, основные причины возникновения разногласий, а также принципы конструктивного диалога и учета интересов всех участников в условиях совместной работы над проектами в сфере цифрового маркетинга и управления продажами.</p> <p>умеет выявлять причины конфликтов в команде и эффективно урегулировать разногласия, опираясь на баланс интересов всех сторон и сохранение продуктивной рабочей атмосферы.</p> <p>владеет навыками навыками конструктивного управления конфликтными ситуациями в команде, направленными на сохранение сотрудничества и достижение общих проектных целей в условиях цифрового маркетинга и управления продажами.</p>

		<p>знает принципы планирования командной работы, методы эффективного распределения задач и делегирования полномочий, а также техники организации конструктивного обсуждения идей и мнений в проектной среде цифрового маркетинга и управления продажами.</p>
		<p>умеет планировать деятельность команды, распределять поручения с учётом компетенций участников, делегировать полномочия и организовывать обсуждение различных идей и мнений для выработки коллективных решений.</p>
		<p>владеет навыками навыками целенаправленного управления командной работой через планирование, делегирование и создание условий для открытого обмена мнениями в проектах по цифровому маркетингу и управлению продажами.</p>
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1 Демонстрирует интегративные умения, необходимые для написания, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.)</p>	<p>знает структуру, жанровые особенности и языковые нормы академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и др.), а также принципы письменного перевода и редактирования в академическом контексте.</p>
		<p>умеет создавать, переводить и редактировать академические тексты различных жанров с соблюдением требований к стилю, логике изложения и научной корректности.</p>
		<p>владеет навыками интегративными навыками академического письма, перевода и редактирования, обеспечивающими точность, логичность и соответствие жанрово-стилистическим нормам в рамках учебных и исследовательских задач.</p>
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные</p>	<p>знает форматы, требования и особенности представления результатов академической и профессиональной деятельности на научных мероприятиях — от локальных до международных, включая структуру устных выступлений, постерных сессий и публикаций.</p>
		<p>умеет четко и аргументированно представлять результаты своей академической и профессиональной деятельности перед разноуровневой аудиторией на русском и иностранном языках в рамках научных мероприятий различного уровня.</p>
		<p>владеет навыками навыками публичной презентации исследовательских и практических результатов с использованием академически корректной риторики, визуальных средств и методов вовлечения аудитории на российских и международных научных площадках.</p>

		<p>знает основные теории социальной и межкультурной коммуникации, причины формирования социальных обычаев, культурных норм и различий в поведении и мотивации людей из разных социальных и культурных сред.</p>
		<p>умеет адекватно интерпретировать и объяснять поведение и мотивацию представителей различных социальных и культурных групп в процессе взаимодействия, учитывая контекст их происхождения и социокультурные особенности.</p>
		<p>владеет навыками навыками эмпатичного и культурно-чувствительного общения, позволяющими выстраивать эффективное взаимодействие с людьми разного социального и культурного происхождения в академической и профессиональной среде.</p>
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1 Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития</p>	<p>знает подходы к рефлексии личного и профессионального опыта, методы его анализа и трансформации в ресурс для саморазвития, а также принципы постановки целей личностного и профессионального роста.</p>
		<p>умеет выявлять релевантный личный и профессиональный опыт, адаптировать и творчески применять его для решения задач саморазвития в меняющихся академических и профессиональных условиях.</p>
		<p>владеет навыками навыками осмысленного использования прошлого опыта как основы для генерации новых идей, поведенческих стратегий и решений, способствующих непрерывному саморазвитию в сфере цифрового маркетинга и управления продажами.</p>
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистичные цели профессионального роста</p>	<p>знает подходы к самоанализу, методы выявления внутренних и внешних мотивов саморазвития, а также принципы формулирования SMART-целей профессионального роста в сфере цифрового маркетинга и управления продажами.</p>
		<p>умеет самостоятельно диагностировать личные мотивы и стимулы к развитию и на их основе формулировать реалистичные, измеримые и достижимые цели профессионального роста.</p>
		<p>владеет навыками навыками целенаправленного планирования карьерного и профессионального развития через осознанную работу с мотивацией и постановку обоснованных целей в динамичной среде цифрового маркетинга и управления продажами.</p>

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Раздел 1. Оценка MVP проекта			
1.1.	Модульный проект Оценка MVP проекта	3	УК-4.1, УК-4.2, УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1, УК-1.2, УК-2.1, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-5.1	Проект
	Промежуточная аттестация			

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
	Текущий контроль		
			Для оценки знаний
			Для оценки умений
			Для оценки навыков

1	Проект	<p>Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.</p>	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
Промежуточная аттестация			

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Модульный проект "Оценка MVP проекта""

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

План проектной работы:

1. Анализ рынка и выявление проблемы
 - Исследование текущих трендов в сфере цифрового маркетинга и онлайн-услуг.
 - Формулировка актуальной потребительской проблемы, которую предполагается решить.
2. Формулировка цели и гипотезы проекта
 - Определение цели создаваемого MVP.
 - Формулировка ключевой гипотезы ценности продукта для целевой аудитории.
3. Разработка концепции MVP
 - Описание ключевых функций и характеристик минимально жизнеспособного продукта.
 - Выбор формата MVP (лендинг, чат-бот, прототип приложения, пилотный сервис и др.).
4. Построение бизнес-модели MVP
 - Применение Business Model Canvas для описания ключевых компонентов бизнеса.
 - Определение целевой аудитории, каналов привлечения и монетизации.
5. Планирование валидации MVP
 - Разработка методики сбора обратной связи (опросы, А/В-тесты, интервью и др.).
 - Определение ключевых метрик успеха (уровень вовлечённости, конверсия, retention и др.).
6. Оценка инвестиционной и рыночной привлекательности MVP
 - Оценка рисков, ресурсов и временных затрат.
 - Анализ потенциала масштабирования и коммерческой жизнеспособности.
7. Формулировка выводов и рекомендаций
 - Обоснование целесообразности дальнейшей разработки продукта.
 - Предложение путей оптимизации и следующих шагов.

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Теоретические и аналитические вопросы

1. Что такое MVP (минимально жизнеспособный продукт), и какова его роль на ранних этапах запуска цифрового проекта?
2. В чём отличие MVP от прототипа, пилотного проекта и полноценного продукта? Приведите примеры.
3. Какие гипотезы необходимо проверять при запуске MVP в сфере цифрового маркетинга или онлайн-услуг?
4. Опишите основные блоки Business Model Canvas и объясните, как они соотносятся с оценкой жизнеспособности MVP.
5. Какие метрики вы считаете ключевыми для оценки успешности MVP в B2C- и B2B-сегментах? Обоснуйте.

Практико-ориентированные вопросы

1. Представьте, что вы разработали MVP для сервиса подписки на персонализированные рекомендации в соцсетях. Как вы спланируете его валидацию без запуска полноценного продукта?
2. Ваш MVP — лендинг с предзаказом цифрового курса по SMM. Какие данные вы соберёте, чтобы принять решение: «запускать продукт» или «отказаться от идеи»?
3. Как вы определите, что ваш MVP «слишком минимален» (не передаёт ценности) или «слишком сложен» (требует избыточных ресурсов)?
4. Приведите пример, как один и тот же MVP может быть адаптирован под разные сегменты клиентов в рамках одного проекта.
5. Как вы оцените инвестиционную привлекательность MVP, если у вас нет доступа к финансовой модели, но есть данные о вовлечённости и конверсии?

Рефлексивные и стратегические вопросы

1. В каких случаях отказ от идеи MVP на раннем этапе — признак профессионализма, а не неудачи?
2. Как знание принципов цифрового маркетинга помогает снизить риски при запуске MVP?
3. Как вы будете использовать обратную связь от первых пользователей для доработки продукта? Как отделить «полезную» критику от «шума»?
4. Может ли MVP быть нематериальным (например, сервис, процесс, методика)? Обоснуйте на примере из сферы управления продажами.
5. Как проектная культура в команде влияет на качество разработки и оценки MVP?

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы для эссе

1. «Почему неудача MVP — это не провал, а инвестиция в знание»

Размышление о ценности быстрой проверки гипотез и роли ошибок в цифровом предпринимательстве.

2. «Минимализм как стратегия: почему меньше — значит больше в разработке MVP»

Анализ баланса между функциональностью и фокусом на главной ценности для клиента.

3. «Можно ли продавать то, чего ещё нет? Этические и маркетинговые аспекты “продажи воздуха” при запуске MVP»

Обсуждение границ допустимого в lean-маркетинге и доверии потребителя.

4. «От идеи до первого клиента: как правильно выбрать канал валидации MVP в цифровой среде»

Сравнение методов (лендинг, чат-бот, опрос, демо) и их эффективности в зависимости от ниши.

5. «MVP как инструмент не стартапов, а корпораций: как крупные компании учатся быть гибкими»

Примеры применения подхода MVP в устоявшихся организациях (например, в digital-трансформации отдела продаж).

6. «Что важнее: идея или исполнение? Роль команды и процесса в успехе MVP»

Размышление о том, как компетенции, коммуникация и культура влияют на оценку жизнеспособности продукта.

7. «Цифровой маркетинг как “лаборатория” для MVP: почему онлайн-среда идеальна для быстрой валидации»

Анализ возможностей таргетированной рекламы, аналитики и автоматизации для тестирования гипотез.

8. «MVP без бюджета: как запустить проверку идеи с нулевыми вложениями в эпоху цифровых инструментов»

Практические стратегии lean-подхода для студентов и начинающих предпринимателей.

9. «Когда стоит отказаться от идеи? Критерии “точка останова” в оценке MVP»

Обсуждение сигналов, по которым можно понять, что идея не находит отклика у рынка.

10 «От MVP к масштабированию: как не потерять фокус на клиенте на следующем этапе роста»

Размышление о переходе от экспериментальной фазы к устойчивой бизнес-модели.