

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.05.01 Технологическое предпринимательство

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 в 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 им 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 Основных методов и техник создания бизнес-моделей и управления процессами в организации</p> |
| | | <p>умеет Выбирать наиболее подходящие методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами в конкретной ситуации</p> |
| | | <p>владеет навыками Применения технологий проектной деятельности в современных организациях</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 Основных принципов экономики, бизнес-планирования и предпринимательства</p> |
| | | <p>умеет Выбирать оптимальный способ решения задач, с учетом имеющегося опыта в сфере экономики и предпринимательства</p> |
| | | <p>владеет навыками Выбора оптимального решения задач в представленных условиях, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</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 реалистические цели профессионального роста</p> | <p>знает Реалистических целей профессионального роста в технологическом предпринимательстве</p> |
| | | <p>умеет Выбирать нужный инструментарий для достижения целей профессионального роста в технологическом предпринимательстве</p> |
| | | <p>владеет навыками Правильного применения наработанных знаний на практике при реализации идей в сфере технологического предпринимательства</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. | | | |
| 1.1. | Тема 1. Понятие и сущность технологического предпринимательства | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Задачи, Тест |
| 1.2. | Тема 2. Бизнес-идея, бизнес-модель компании | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Задачи, Тест |
| 1.3. | Тема 3. Маркетинг в инновационном предпринимательстве | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Задачи, Тест |
| 2. | 2 раздел. Раздел 2. | | | |
| 2.1. | Тема 4. Масштабирование и выход на рынок | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Задачи, Тест |
| 2.2. | Тема 5. Инструменты привлечения финансирования | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Тест, Задачи |
| 2.3. | Тема 6. Оценка экономической эффективности проекта | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Тест, Задачи |
| 3. | 3 раздел. Раздел 3. | | | |
| 3.1. | Тема 7. Оценка финансовой привлекательности проекта | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Тест, Задачи |
| 3.2. | Тема 8. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности | 3 | УК-6.1, УК-6.2, ОПК-4.1 | Тест, Задачи |
| | Промежуточная аттестация | | | Эк |

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 | | | |

| | | | |
|--------------------------|---------|--|------------------------------------|
| 1 | Задачи | Задачи репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и правильное использование специальных терминов и понятий, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; | Комплект задач минимального уровня |
| 2 | Тест | Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. | Фонд тестовых заданий |
| Для оценки умений | | | |
| Для оценки навыков | | | |
| Промежуточная аттестация | | | |
| 3 | Экзамен | Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения. | Комплект экзаменационных билетов |

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Технологическое предпринимательство"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Контрольная точка №1

Вариант 1

1. Теоретическая часть (оценка знаний)

1.1. Тестовые задания:

1. Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в:

- а) новых продуктах
- б) новом технологическом процессе
- в) новом способе организации производства
- г) новом дизайне упаковки продукта

2. Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе?

- а) пассажиры поезда
- б) работники парикмахерской
- в) рабочие строительной бригады

3. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

- а) возможности
- б) ценности
- в) получение прибыли

4. Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная бизнес-идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?

- а) этап прототипа (модели продукта)
- б) этап патентования
- в) этап производства
- г) этап первых продаж

5. В группе низкая экспансивность, это:

- а) мешает сформировать команду
- б) помогает сформировать команду
- в) никак не скажется на формировании команды

6. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

а) постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями

б) эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами

в) эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать

7. К улучшающим инновациям можно отнести (выберите несколько вариантов ответа):

- а) освоение скотоводства
- б) выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE
- в) новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100 мл)
- г) смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов)

8. К заповедям формирования командного духа относится:

- а) безоговорочное подчинение
- б) совместная работа
- в) отказ от увольнения работников

9. Стратегические решения обладают следующими характеристиками:

а) необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления

б) характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников

в) принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации

10. К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:

- а) научно-техническая новизна
- б) производственная применимость
- в) коммерческий потенциал
- г) усовершенствованный дизайн

11. Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера?

- а) харизма
- б) умение правильно распределять роли
- в) либерализм

12. Бизнес-модель – это:

а) бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана

б) система бизнес-решений, основанная на ценностном предложении и направленная на коммерциализацию идеи

в) концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли)

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

- а) публичная презентация нового продукта
- б) стратегические альянсы с другими компаниями
- в) создание корпоративных венчурных фондов
- г) заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний

14. Работа в команде имеет следующее преимущество:

- а) снижает время на принятие решений

б) упрощает процесс распределения прибыли

в) повышает креативность

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

а) ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты

б) потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек

в) внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики

16. К псевдоинновациям можно отнести:

а) освоение скотоводства

б) выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE

в) новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100 мл)

г) смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов)

2. Практическая часть (оценка умений и навыков)

2.1. Практико-ориентированные задания:

Задание 1. Перечислите основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки – к рынку»).

Задание 2. Определите, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса (push или pull) относятся процессы, связанные с созданием приведенных ниже продуктов: 1) светодиодный фонарь; 2) нержавеющая сталь.

Задание 3. В компанию поступил заказ на сумму 1200 тыс. руб. Выполнить его могут 3 команды. Команда А из 6 человек, каждый из которых затратит 50 чел.-часов. Команда Б из 5 человек, каждый из которых затратит 30 чел.-часов. Команда В из 3 человек, каждый из которых затратит 40 чел.-часов.

Определите: 1) производительность труда одного сотрудника в каждой из команд в расчете на чел.-час; 2) в какой из команд производительность труда в расчете на человеко-час выше.

Задание 4. Перечислите девять структурных блоков шаблона бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.

Контрольная точка №2

Вариант 1

1. Теоретическая часть (оценка знаний)

1.1. Тестовые задания:

1. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы? (выберите несколько вариантов ответа)

а) макрофакторы

б) микрофакторы

в) мезофакторы

г) мегафакторы

2. Стадии жизненного цикла товара (вычеркните ненужное):

а) выход на рынок

б) спад

в) рост

г) зрелость

д) обзвон клиентов

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

а) бизнес-план – разработка продукта – альфа/бета-тест – запуск – первая поставка

б) гипотеза – тестирование – привлечение клиентов – создание компании/масштабирование

в) идея – полностью готовый продукт – выбор канала продаж – поиск клиентов – активные продажи

г) все ответы верные (возможны альтернативные пути развития)

д) нет верного ответа

4. Что такое time to market?

а) время, необходимое для выведения продукта на рынок

- б) время на развитие рынка
- в) время на поиск сегмента
- г) время для проезда до рынка

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

- а) не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема.
- б) некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки
- в) продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях
- г) менее подробная документация и стандартизация продукта

6. Стадии развития стартапа:

- а) поиск product/market fit (идея – MVP) – соответствие продукта рынку – рост, «долина смерти» – укрепление позиций, дальнейший рост, масштабирование, захват рынков – IPO
- б) идея – PreSeed – Seed – раунд А – раунд В – раунд С – раунд D – IPO
- в) идея – стартап – разработка – тестирование – стабилизация – масштабирование.
- г) зарождение – первая версия продукта – доработка продукта – тестирование бизнес-модели – стабильная монетизация – масштабирование бизнеса (расширение базы клиентов, выход на новые рынки)

д) все ответы верные

е) нет верного ответа

7. Что такое маркетинг-микс?

- а) набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга
- б) набор факторов, влияющих на маркетинг
- в) комплекс стратегических партнеров
- г) секретная формула продукта

8. Основным принципом теории ограничений является:

- а) нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов
- б) в системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место
- в) ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства
- г) прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек

9. Венчурное финансирование относится:

- а) к собственным финансовым средствам
- б) к заемным финансовым средствам
- в) к привлеченным финансовым средствам
- г) к внутренним финансовым средствам

10. Каково базовое условие, обеспечивающее вам (вашей компании) возможность использовать бизнес-модель «Лицензирование»?

- а) спрос на ваши (вашей компании) разработки со стороны конкурентов
- б) наличие у потенциального «покупателя» ресурсов для выполнения собственных НИОКР, проведения патентного поиска и обеспечения правовой охраны вашей (вашей компании) разработки
- в) наличие у вас (вашей компании) соответствующих интеллектуальных прав на объект интеллектуальной собственности

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

а) барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие)

б) накладываемые семьей

в) отсутствие товара

12. Среди общих характеристик бизнес-ангелов и венчурных фондов как источников финансирования инновационной деятельности можно выделить следующий признак:

- а) финансируют только компании на стадии start-up
- б) являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании
- в) денежные средства предоставляются на безвозмездной основе

13. Без каких условий лицензионный договор не будет считаться заключенным?

а) предмет (путем указания на объект интеллектуальной собственности, право использования которого предоставляется), способы использования объекта интеллектуальной собственности, размер вознаграждения за использование объекта интеллектуальной собственности или способ его определения либо указание на безвозмездность договора

б) предмет (путем указания на объект интеллектуальной собственности, право использования которого предоставляется), способы использования объекта интеллектуальной собственности, территория использования объекта интеллектуальной собственности, срок действия договора, размер вознаграждения за использование объекта интеллектуальной собственности или способ его определения либо указание на безвозмездность договора

в) способы использования объекта интеллектуальной собственности, срок действия договора, ответственность за нарушение договора

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

а) поиск информации – осознание потребности – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение

б) осознание потребности – поиск информации – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение

в) оценка альтернатив – поиск информации – осознание потребности – покупка – потребление – постпокупочное поведение

15. Расставьте основные источники финансирования инновационной деятельности в порядке возрастания доступного объема финансирования:

а) венчурные фонды

б) ресурсы бизнес-инкубаторов

в) фондовые рынки

г) личные сбережения

16. Каким образом может быть исчислена цена лицензионного договора в виде роялти?

а) на основании четко оговоренной суммы, не превышающей стоимости затрат лицензиара на разработку

б) на основании процента от величины ежемесячного фонда оплаты труда работников лицензиара

в) на основании процента от выручки лицензиата, полученной от продажи продукта, основанного на технологии, права на которую переданы по лицензионному договору

2. Практическая часть (оценка умений и навыков)

2.1. Практико-ориентированные задания:

Задание 1. Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.

Задание 2. Назовите прямых и косвенных конкурентов для компании BMW.

Задание 3. Перечислите по порядку 6 стадий жизненного цикла продукта.

Задание 4. Охарактеризуйте бутстрэппинг, как источник финансирования инновационных компаний.

2. Практическая часть (оценка умений и навыков)

2.1. Практико-ориентированные задания:

Задание 1. Приведите примеры факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность инновационного проекта.

Задание 2. Что характеризует показатель критического объема продаж?

Задание 3. Оцените экономическую целесообразность инновационных вложений методом чистой текущей стоимости (NPV).

Рассматривается проект по приобретению нового оборудования, стоимость которого оценивается в 12000 тыс. руб., срок эксплуатации составляет 5 лет. Величины прогнозируемых денежных доходов по годам проекта составляют (в тыс. руб.): 2700, 3500, 4900, 6000, 3400. Проведите расчет NPV, если требуемая инвестором норма дохода составляет 14%.

| | |
|-------------------------|------------------------------|
| Период времени (t), лет | Денежный поток, |
| тыс. руб. | Коэффициент |
| приведения | Текущая стоимость, тыс. руб. |

Задание 4. Какова продолжительность лифтовой презентации проекта (Elevatorpitch).

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

Вопросы к экзамену

1. Перечислите особенности стартапа от малого бизнеса
2. Перечислите функции инноваций.
3. Классификация инноваций
4. Основные свойства инноваций.
5. Перечислите «пять типичных изменений», которые характеризуют инновации по Й. Шумпетеру
6. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.
7. Алгоритм формирования идеи бизнеса с ее последующим развитием в систему решений (бизнес-модель).
8. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.
9. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели (9 блоков).
10. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
11. Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес- модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.
12. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.
13. Особенности маркетинговых исследований на рынке инновационных продуктов
14. Перечислите достоинства и недостатки первичной информации.
15. Перечислите достоинства и недостатки вторичной информации.
16. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
17. Расшифруйте понятия РАМ, ТАМ, САМ, СОМ и поясните их суть, приведите пример.
18. Что в себя включает классический комплекс маркетинга (маркетинг-микс)?
19. Перечислите основные методы качественных маркетинговых исследований, приведите примеры.
20. Перечислите основные методы количественных маркетинговых исследований, приведите примеры
21. Что такое mix-методики, какие методы маркетинговых исследований в них входят, приведите примеры?
22. Назовите основные элементы микросреды предприятия
23. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?
24. Опишите жизненный цикл продукта в методе водопада, его основные преимущества и недостатки.
25. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.
26. Опишите основные виды противоречий в теории решения изобретательских задач.
27. Сформулируйте основной принцип теории ограничений и приведите пример «снятия» ограничения системы.
28. Назовите основные этапы создания MVP.
29. Назовите на какие 4 этапа Customer development разделяет процесс создания продукта и бизнеса.
30. Что входит в этап Customer discovery в процессе Customer development
31. Что входит в этап Customer validation в процессе Customer development
32. Что входит в этап Customer Creation в процессе Customer development
33. Какие инструменты финансирования характерны для каждой стадии инновационного цикла?
34. Особенности финансирования инновационных проектов бизнес- ангелами.
35. Какие виды кредитования вы знаете, применимые для финансирования стартапа
36. Проведите сравнительную характеристику грантов и субсидий, выделите общие черты и различия между этими видами финансовых инструментов.
37. Какие типы бизнес-ангелов вы знаете?

38. Как работает система венчурного финансирования?
39. Перечислите функции венчурных фондов.
40. Что такое гранд, классификация грантов, на что могут расходоваться средства грантов.
41. Что такое субсидия, основные свойства грантов, на что могут расходоваться средства субсидий.
42. История развития интеллектуальной собственности
43. Развитие интеллектуальной собственности в России
44. Какие документы осуществляют законодательную охрану интеллектуальной собственности в России
45. Отличительные черты интеллектуальной собственности
46. Какие объекты интеллектуальной собственности вы знаете?
47. Что такое авторское право, способы защиты авторского права, виды авторского права.
48. Что такое объекты смежных прав.
49. Что такое патентное право, кто осуществляет регистрацию, какие объекты патентного права вы знаете, дайте их характеристику.
50. Что входит в нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности.
51. Что такое «Исключительные права на средства индивидуализации», какие особенности имеют данные объекты интеллектуальной собственности.
52. Назовите различия между коммерческим обозначением и фирменным наименованием предприятия
53. Какие вы знаете правовые способы приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности
54. Инжиниринг, как способ коммерциализации интеллектуальной собственности
55. Промышленная кооперация, как способ коммерциализации интеллектуальной собственности
56. Техническая помощь, как способ коммерциализации интеллектуальной собственности
57. Франчайзинг, как способ коммерциализации интеллектуальной собственности
58. Лизинг, как способ коммерциализации интеллектуальной собственности

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

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).
- Какие критерии привлекательности сегмента рынка необходимо учитывать высокотехнологичному стартапу.
- Какие факторы макросреды в наибольшей степени влияют на развитие высокотехнологичных предприятий.
- Как поменяются политики комплекса маркетинга в зависимости от типа рынка (B2B или B2C) и почему?
- Каковы ключевые причины успеха концепции Customer Development?
- Каковы основные минусы концепции Customer Development.
- Выберите один из существующих сегодня на рынке стартапов. Проанализируйте путь его развития.
- Причины провала стартапов.
- Сравните шаблоны бизнес-моделей А. Остервальдера, Э. Маурьи, Ris Ventures и ФРИИ.
- Как стартапу преодолеть «долину смерти»?
- Особенности оценки эффективности и инвестиционной привлекательности стартапов.
- Оценка ключевых факторов эффективности проекта.
- Риски проекта: как сохранить баланс принятия, передачи, сокращения и избегания в вашем проекте.
- Человеческий фактор в инновационном бизнесе и сопутствующие ему риски (на основе вашего инновационного проекта).
- Предприниматель: каковы границы допустимой рисковости?
- Роль государственной инновационной политики в социально-экономической повестке России.