

Балаковский инженерно-технологический институт – филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Факультет атомной энергетики и технологий
Кафедра «Экономика, организация и управление на предприятиях»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «Технологическое предпринимательство»

Направления подготовки/специальность
«38.03.01 Экономика»

Основная профессиональная образовательная программа
«Экономика предприятий и организаций»

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная

Цель освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологическое предпринимательство» в соответствии с общими целями ООП ВО является приобретение комплекса теоретических знаний, умений и практических навыков, необходимых для решения основных задач, возникающих при реализации инновационных проектов, в том числе, в высокотехнологичных областях, а также научиться привлекать для решения конкретных задач соответствующих специалистов из других сфер деятельности.

Базовые знания по дисциплине «Технологическое предпринимательство» выявляются в ходе «входного контроля», в частности, студенты должны иметь представление о процессах создания и освоения новых моделей продукции в рыночных условиях.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно устанавливаемого НИЯУ МИФИ по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», и учитывает требования Профессиональных стандартов 08.002 «Бухгалтер», 08.035 «Маркетолог», 08.036 «Специалист по работе с инвестиционными проектами».

Для ее успешного освоения студент должен обладать знаниями и умениями, полученными при изучении дисциплин «Экономика предприятия», «Корпоративные финансы», «Основы финансовых вычислений», «Логистика» и «Финансовый менеджмент».

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Технологическое предпринимательство», будут необходимы при изучении дисциплин «Макроэкономическое планирование и прогнозирование», «Реинжиниринг бизнес-процессов» и «Оценка эффективности инвестиционных проектов».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции:
универсальные

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	З-УК-10 Знать: основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений У-УК-10 Уметь: обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата В-УК-10 Владеть: методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности планируемой деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников

профессиональные

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)	Код и наименование ОТФ (ТФ)
участие в разработке проектных решений в области профессиональной де-	ресурсы предприятия (организации)	ПК-3 Способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного эконо-	З-ПК-3 Знать основные методы и приемы организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта, используя для решения коммуникативных за-	Профессиональный стандарт «08.036. Специалист по	А/01.6. Разработка инвестиционного проекта

<p>тельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ</p>		<p>мического проекта, используя для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии</p>	<p>дач современные технические средства и информационные технологии У-ПК-3 Уметь организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта, используя для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии В-ПК-3 Владеть навыками организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта, используя для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии</p>	<p>работе с инвестиционными проектами»</p>	
<p>участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ</p>	<p>ресурсы предприятия (организации)</p>	<p>ПК-4 Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	<p>3-ПК-4 Знать методы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий У-ПК-4 Уметь критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий В-ПК-4 Владеть навыками критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	<p>Профессиональный стандарт «08.018. Специалист по управлению рисками»</p>	<p>В/01.6. Выработка мероприятий по воздействию на риск в разрезе отдельных видов и их экономическая оценка</p>

Задачи воспитания, реализуемые в рамках освоения дисциплины

Направлен ие/цели	Создание условий, обеспечивающих	Использование воспитательного потенциала учебной дисциплины	Вовлечение в разноплановую внеучебную деятельность
Профессиональное воспитание	- формирование профессиональной ответственности в области проведения расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, направляемым на производство и реализацию выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, внедрение прогрессивной техники и технологии (В38)	<p>1. Использование для формирования чувства личной ответственности в области проведения расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, направляемым на производство и реализацию выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, внедрение прогрессивной техники и технологии воспитательного потенциала блока профессиональных дисциплин:</p> <p>Основы организации производства на предприятии; Планирование на предприятии; Управление инвестиционно-инновационными процессами; Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности; Управление затратами; Финансовый менеджмент; Управление финансовыми ресурсами; Оценка эффективности инвестиционных проектов; Анализ финансовой деятельности предприятия; Оценка риска деятельности предприятия; Антикризисное управление.</p> <p>2. Использование в целях формирования ориентации на неукоснительное соблюдение нравственных и правовых норм в профессиональной деятельности воспитательного потенциала блока таких дисциплин, как:</p> <p>Аудит производственного предприятия; Организация и оплата труда на предприятии; Налогообложение предприятия</p>	<p>1. Организация и проведение экскурсий, научно-практических конференций, форумов, круглых столов, вебинаров по вопросам профессиональной деятельности</p> <p>2. Участие в студенческих олимпиадах и конкурсах научных проектов, творческих мероприятиях, конкурсах профессионального мастерства, в том числе по стандартам WorldSkills.</p> <p>3. Участие в подготовке публикаций в периодических научных изданиях;</p> <p>4. Участие в деятельности студенческого научного общества;</p>

Структура и содержание учебной дисциплины

Дисциплина преподается студентам в 5-ом семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 ак. часа.

Календарный план

№ Р а з д е л а	№ Т е м ы	Наименование раздела (темы) дисциплины	Виды учебной деятельности (в часах)					Аттестация раздела (форма*)	Максимальный балл за раздел**
			Всего	Лекции	Лабораторные	Практические	СРС		
1	1-2	Маркетинг технологических инноваций	36/4	4/2	-	8/2	24	T1	10
2	3-4	Проектирование и коммерциализация минимального работоспособного продукта	72/10	8/4	-	16/6	48	T2	30
3	5-6	Стратегии и тактика вывода технологий на рынок	36/6	4/2	-	8/4	24	T3	10
Вид промежуточной аттестации			144/20	16/8		32/12	96	ЗаО	50

* - сокращенное наименование формы контроля

** - сумма максимальных баллов должна быть равна 100 за семестр, включая зачет и (или) экзамен

Сокращенное наименование форм текущего контроля и аттестации разделов:

Обозначение	Полное наименование
T	Тестирование
ЗаО	Зачет с оценкой (дифференцированный зачет)

Содержание лекционного курса

Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Всего часов	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3
Тема 1. Исследование рынка 1. Сбор и обработка данных о проблемах пользователей 2. Определение целевых пользователей для разработки технического решения 3. Оценка будущих доходов с пользователей.	2	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 2. Разработка технического решения 1. Трансформация требований потребителей в технические требования 2. Постановка и решение изобретательской задачи	2	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 3. Создание версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом 1. Проектирование архитектуры MVP 2. Планирование дифференциации MVP 3. Определение конкурентных преимуществ версии MVP с базовым функционалом 4. Оценка маржинальности версии MVP с базовым функционалом	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 4. Тестирование версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом на целевых пользователях 1. Сбор и обработка данных о пользовательском опыте 2. Определение целевых пользователей для разработки версии MVP с расширенным функционалом 3. Расчет точки безубыточности продукта	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)

Тема 5. Стратегические подходы к выводу технологии на рынок 1. Разработка стратегии вывода технологии на рынок 2. Этапы вывода наукоемких технологий на рынок 3. Основные модели и стратегии трансфера инновационных технологий 4. Содержание моделей product development и customer development для наукоемких технологий 5. Разработка стратегии вывода технологии на рынок	2	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 6. Привлечение контрагентов 1. Подготовка и размещение рекламного поста о продукте 2. Подготовка итоговой презентации о продукте	2	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)

Перечень практических занятий

Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Всего часов	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3
Тема 1. Исследование рынка Разработка и проведение проблемных интервью. Анализ емкости рынка. Расчет перспективных доходов по продукту	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 2. Разработка технического решения Определение технических характеристик будущего технического решения. Разработка технического решения с учетом его целевой себестоимости.	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 3. Создание версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом Проектирование MVP с базовым функционалом. Расчет технико-экономических показателей по продукту	8	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 4. Тестирование версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом на целевых пользователях Проведение решенческих интервью. Формирование смысловых пар «сегмент пользователей – готовность купить продукт за целевую цену». Расчет уточненных технико-экономических показателей.	8	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 5. Стратегические подходы к выводу технологии на рынок Разработка стратегии вывода на рынок проекта в рамках индивидуальной темы	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 6. Привлечение контрагентов Подготовка комплексной презентации проекта в рамках индивидуальной темы	4	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)

Задания для самостоятельной работы студентов

Вопросы для самостоятельного изучения (задания)	Всего часов	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3
Тема 1. Исследование рынка Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных	12	Основная литература (1-3)

стартапов. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга. Особенности продаж инновационных продуктов		Дополнительная литература (4-6)
Тема 2. Разработка технического решения Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений. Умный жизненный цикл продукта	12	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 3. Создание версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом Правовые основы защиты объектов интеллектуальной собственности и коммерциализация прав на объекты интеллектуальной собственности	24	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 4. Тестирование версии минимального работоспособного продукта (MVP) с базовым функционалом на целевых пользователях Снижение инновационно-технологических рисков при внедрении новых технологий путем научной, патентной и маркетинговой поддержки проводимых фундаментальных исследований и технологических разработок	24	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 5. Стратегические подходы к выводу технологии на рынок Система маркетинговых коммуникаций. Стратегическое маркетинговое планирование. Техничко-экономическое обоснование проекта. Структура бизнес-плана	12	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)
Тема 6. Привлечение контрагентов Разработка целевого рынка. Товарная политика предприятия. Ценовая политика предприятия	12	Основная литература (1-3) Дополнительная литература (4-6)

Образовательные технологии

При реализации учебного материала курса используются различные образовательные технологии, способствующие созданию атмосферы свободной и творческой дискуссии как между преподавателем и студентами, так и в студенческой группе. Целью при этом является выработка у студентов навыков и компетенций, позволяющих самостоятельно вести исследовательскую и научно-педагогическую работу.

Аудиторные занятия проводятся в виде лекций, практических занятий с использованием ПК и компьютерного проектора. Самостоятельная работа студентов проводится под руководством преподавателей, с оказанием консультаций и помощи при подготовке к практическим занятиям.

Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущего, рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в следующей таблице:

№ п/п	Наименование контролируемых разделов (темы)	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Наименование оценочного средства
Входной контроль			
1	Входной контроль		Вопросы входного контроля (письменно)
Аттестация разделов, текущий контроль успеваемости			
2	Теоретические основы финансового анализа на микроуровне	З-ПК-3, У-ПК-3, З-ПК-4, У-ПК-4, З-УК-10, У-УК-10	Тестирование (письменно)
3	Методика финансового анализа предприятия	У-ПК-3, В-ПК-3, У-ПК-4, В-ПК-4, У-УК-10, В-УК-10	Тестирование (письменно)
4	Перспективный финансовый	У-ПК-3, В-ПК-3, У-ПК-3,	Тестирование

	анализ деятельности предприятия с целью обоснования стратегических решений	В-ПК-4, У-УК-10, В-УК-10	(письменно)
Промежуточная аттестация			
5	Зачет с оценкой	З-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, З-ПК-4, У-ПК-4, В-ПК-4, З-УК-10, У-УК-10, В-УК-10	Вопросы к экзамену, разноуровневые задачи (письменно)

Входной контроль предназначен для выявления пробелов в знаниях студентов и готовности их к получению новых знаний. Оценочные средства для входного контроля представляют собой вопросы, которые задаются студентам в письменной форме.

Перечень тестовых вопросов входного контроля

1. По формам собственности предпринимательство может быть:
 - а) индивидуальное
 - б) коллективное
 - в) государственное
2. По виду или назначению предпринимательство может быть:
 - а) муниципальное
 - б) коллективное
 - в) коммерческое
3. По количеству собственников предпринимательство может быть:
 - а) производственное
 - б) арендное
 - в) индивидуальное
4. Предпринимательская деятельность, согласно "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022), это:
 - а) индивидуальная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли
 - б) деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли
 - в) индивидуальная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли
5. Производственное предпринимательство не включает:
 - а) инновационное предпринимательство
 - б) оказание услуг
 - в) товарные биржи
6. Коммерческое предпринимательство включает:
 - а) торговое предпринимательство
 - б) научно-техническое предпринимательство
 - в) фондовые биржи
7. Финансовое предпринимательство не включает:
 - а) страховое предпринимательство
 - б) аудиторское предпринимательство
 - в) торгово-закупочное предпринимательство
8. К функциям товарных бирж не относится:
 - а) оказание посреднических услуг по заключению финансовых сделок
 - б) упорядочение товарной торговли, регулирование товарных операций и разрешение товарных споров
 - в) сбор и публикация сведений о ценах, состоянии производства и факторов, оказывающих влияние на цены
9. Решение о регистрации или отказе в регистрации предприятия должно быть принято не позднее чем:
 - а) в месячный срок
 - б) в 15-ти дневный срок
 - в) в течение 30 дней
10. Протокол № 1 собрания участников общества не содержит:

- а) назначение директора
- б) председателя ревизионной комиссии
- в) размер уставного капитала

Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Отказ в регистрации предприятия не возможен в случае:
 - а) нарушения установленного Законом порядка создания предприятия
 - б) несоответствия учредительных документов требованиям законодательства РФ
 - в) экономической нецелесообразности производства данного продукта
2. Регистрация индивидуального предпринимателя должна быть произведена не позднее чем с момента подачи заявления.
 - а) в месячный срок
 - б) в 15-ти дневный срок
 - в) в течение 30 дней
3. Юридическое лицо должно обладать в совокупности характерными признаками (отметить лишнее):
 - а) наличием обособленного имущества
 - б) способностью отвечать по обязательствам своим имуществом
 - в) способностью выступать в имущественном обороте от своего имени
 - г) возможностью предъявлять иски и выступать в качестве ответчика в суде, арбитражном суде
 - д) способностью выступать в торговом обороте от своего имени
4. К объектам патентного права относятся в том числе:
 - а) программы для ЭВМ;
 - б) полезные модели;
 - в) секреты производства (ноу-хау).
5. К иным правам в составе интеллектуальных прав на объекты авторского права относится в том числе:
 - а) право на получение патента;
 - б) право авторства;
 - в) право следования.
6. Производственный кооператив может быть добровольно реорганизован в хозяйственное товарищество или общество его членами или ликвидирован
 - а) по единогласному решению
 - б) простым большинством голосов
 - в) по решению 2/3 голосов
7. Какой частью Гражданского кодекса Российской Федерации регулируются общественные отношения в сфере использования и защиты интеллектуальных прав:
 - а) частью второй;
 - б) частью третьей;
 - в) частью четвертой.
8. Кто из участников отвечает своим личным имуществом по долгам предприятия:
 - а) вкладчики
 - б) акционеры
 - в) полные товарищи
9. К коммерческой тайне не относится:
 - а) планы внедрения новых технологий и видов продукции
 - б) уровень складских запасов
 - в) фактическое состояние рынков сбыта
10. Какой из перечисленных признаков не включен в законодательное определение понятия «инновация»:
 - а) новизна в хозяйственный оборот;
 - б) наличие положительного эффекта для рынка в целом;
 - в) новизна для внедряющей организации.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра. Текущий контроль знаний, умений и навы-

ков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на практических занятиях.

Перечень вопросов к обсуждению:

1. Перечислите шаги по созданию стартапа?
2. Что такое акселератор ФРИИ?
3. Какую помощь оказывает ФРИИ стартаперам?
4. Какие виды технологического предпринимательства и интернет-бизнеса вы знаете?
5. В чем отличие корпорации от стартапа?
6. Что может вдохновить для создания своего интернет-бизнеса?
7. Что такое сегмент?
8. По каким характеристикам можно определять целевую аудиторию?
9. Почему важно определять целевую аудиторию?
10. Каким должен быть сегмент?
11. Что такое портрет потребителя и для чего его строят?
12. В чем состоит специфика портрета потребителя на высокотехнологичных рынках?
13. Для какой цели выполняется Customerdiscovery?
14. Для чего необходимо проблемное интервью?
15. Какова структура проблемного интервью?
16. Какова структура решенческого интервью?
17. Какие вопросы на интервью являются плохими? Какие хорошими?
18. Где взять контакты?
19. Сколько интервью достаточно?
20. Что такое HADI? Для чего он используется?
21. Что определяет размер рынка?
22. Что такое SAM?
23. Что такое SOM?
24. Что такое MVP?
25. Какие существуют типы MVP?
26. Каким образом MVP отличается от технологического прототипа?
27. Что такое интернет вещей?
28. Сформулируйте принцип организации типовой архитектуры информационной системы.
29. Перечислите основные технологии разработки мобильных приложений?
30. В чем смысл облачных технологий.
31. В чем состоит идея PaaS?
32. В чем состоит идея SaaS?
33. В чем состоит идея IaaS?
34. Чем отличаются разные варианты развертывания облачных систем?
35. В чем состоит идея гибридного облака?
36. В чем состоит идея частного облака?
37. В чем состоит идея публичного облака?
38. Нужно ли стартапу знать технологии?
39. В чем состоит преимущество технологической платформы Microsoft?
40. Что можно сделать на Azure?
41. Какие существуют варианты создания LandingPage?

Критерии оценки вопросов к обсуждению:

1. Соответствие содержания теме.
2. Глубина проработки материала.
3. Правильность и полнота использования источников.
4. Степень осознанности, понимания изученного материала.

Перечень разноуровневых задач:

Задача 1:

1. Зарегистрироваться на сайте курса: <http://magu.starthub.vc/>
2. Выберите 1-2 интернет-компании, пример которых вас вдохновляет.

3. Выявите ключевые причины успеха (из интервью основателей, топ-менеджеров, экспертов, со ссылками на источники).

4. Поделитесь своими находками - напишите о них или создайте презентацию.

5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задача 2:

1. Из представленных способов генерации идей выберите три.

2. Сформулируйте несколько идей для вашего стартапа, применяя выбранные методы.

3. Запишите лучшие идеи - они вам еще пригодятся. Выберите из них самую лучшую идею по критериям, рассмотренным в видеолекции.

4. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задача 3:

1. Создайте и соберите свою команду из 3-5 человек:

2. Собрав команду - перечислите её ключевых участников в таблице - "Функционал - сотрудник".

Основные позиции:

- управление и координация;
- работа с клиентами;
- разработка;
- маркетинг и аналитика;
- другое (укажите роль и участника);

3. Сделайте презентацию о команде (опционально):

Задача 4:

1. Выделите три важнейших сегмента вашей целевой аудитории и опишите их.

2. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задача 5:

1. Выберите один сегмент вашей целевой аудитории и сформулируйте для него, чем полезен ваш продукт для этого потребителя, ответив на вопросы:

- какие боли он снимает?
- какую выгоду он приносит?
- какую работу пользователя выполняет?

2. Сформулируйте ценностное предложение для вашего продукта, ответив последовательно на вопросы и заполнив список вопросов, представленный ниже. Помните, что ценностное предложение должно представлять собой не более одного-двух предложений:

- напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо;
- напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта;
- напишите, к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов;
- составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта в ценностное предложение. Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличиях от конкурента вашего продукта;
- сформулируйте ценностное предложение (не более одного-двух предложений).

3. Протестируйте его на 5 представителях своей целевой аудитории. Поделитесь обнаруженными ошибками, находками, замечаниями, предложениями коллег в результате тестирования ценностного предложения.

4. После тестирования промежуточного варианта ценностного предложения на целевой аудитории, сформулируйте его финальную версию.

5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задания 6:

1. Выдвиньте три гипотезы о своих клиентских сегментах и постройте для этих трех гипотез карту бизнес-модели.

2. Составьте шаблон интервью с каждым из клиентских сегментов и отправьте педагогу на проверку.

3. Выберите один из клиентских сегментов и проведите интервью с 10 представителями этого сегмента (да, минимум 10! да, это важно!).

4. Проанализируйте полученную информацию: какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие инсайты получили. Напишите небольшой отчет о проделанной работе (500 слов).

5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 7:

1. Сделайте список прямых конкурентов и товаров-заменителей и заполните таблицу по конкурентам.
2. Ответьте на вопросы о конкурентах (см. ниже). При заполнении графы "важность для потребителя" опросите минимум 5 потребителей. Не стоит описывать важность для потребителя на основе своих представлений. Ваши гипотезы могут расходиться с реальностью.
 - Кто является вашим основным конкурентом? Перечислите его преимущества.
 - В чем заключается важность его продукта для потребителя?
 - Перечислите недостатки вашего основного конкурента.
 - Как недостатки вашего конкурента отражаются на важности для потребителя?
 - Кто является вашим второстепенным конкурентом? Перечислите его преимущества.
 - В чем заключается важность его продукта для потребителя?
 - Перечислите недостатки вашего второстепенного конкурента.
 - Как недостатки вашего конкурента отражаются на важности для потребителя?
3. Составьте карту позиционирования.
4. Сформулируйте Ваше конкурентное преимущество. В чем оно заключается? Запишите четко сформулированное конкурентное преимущество в шаблоне. Далее оцените важность преимуществ/недостатков продукта для потребителя (на основе опроса/интервью). Оцените от 0 до 5, где 0 – совсем не важно, 5 – крайне важно.
5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.
 1. Для своей идеи стартапа посчитайте рынок двумя способами: снизу вверх, сверху вниз.
 2. Рассчитайте два показателя: - SAM (сколько заработают конкуренты вместе с Вами?) - SOM (сколько заработаете только Вы?).
 3. Представьте результаты вашего расчёта:
 - SAM (снизу вверх):
 - SOM (снизу вверх):
 - SAM (сверху вниз):
 - SOM (сверху вниз):

Задание 8:

1. Сделайте MVP проекта. Предоставьте на экспертизу ссылку (URL) или краткое описание продукта. Вы также можете поделиться обнаруженными ошибками, находками, важными замечаниями для ваших коллег по курсу по процессу разработки MVP.
2. Протестируйте MVP на 10 представителях целевой аудитории. Напишите небольшой отчет о результатах теста (какие теории оправдались, какие нет; какие находки удалось сформулировать в результате тестирования, какие ошибки в процессе тестирования обнаружили).
3. Вышлите ссылку (или описание) на доработанный MVP вместе с описанием доработанного функционала и списком реализованных улучшений.
4. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 9:

1. Выберите предпочтительную для вас модель монетизации и распределите нижеперечисленные модели по категориям “Основная”/”Запасная”/”Неподходящая” по отношению к вашему проекту.
 - Подписка:
 - Фримиум:
 - Тестирование:
 - Полностью платный доступ:
 - Микротранзакции:
 - Реклама и генерирование продаж (партнерские программы):
2. Протестируйте выбранные модели монетизации, проведя не менее трех интервью с потенциальными потребителями. Напишите небольшой отчет о проведенной работе и ее итогах.
3. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 10:

1. Спрогнозируйте доходы. Основываясь на структуре доходов, рассчитайте потенциальный уровень доходов своего проекта.
2. Выявите постоянные и переменные издержки. Определите все статьи расходов своего проекта и разделите их на постоянные и переменные издержки.

3. Выявите факторы (драйверы) роста доходов. Проанализировав источники доходов, выявите основные факторы, способствующие их росту. Перечислите основные, на Ваш взгляд, драйверы для Вашего проекта

4. Выявите внешние и внутренние ограничения для роста проекта. Составьте список ограничений для роста Вашего проекта, разделите факторы на внешние и внутренние и попробуйте разработать мероприятия в рамках Вашей бизнес-модели, которые помогут нивелировать часть ограничений.

5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 11:

1. Опишите бизнес-модель. Для того, чтобы описать бизнес-модель своего проекта, заполните все компоненты представленного ниже шаблона. На предыдущих занятиях вы уже подготовили материал для заполнения шаблона бизнес-модели (ценностное предложение, целевая аудитория и т.д.). Используйте свои наработки при выполнении этого задания.

2. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 12:

1. Определите необходимые площадки. Создайте и запустите сообщество, сайт/лендинг, страницу в соцсети для вашгостартапа. Предоставьте ссылки.

2. Проведите работу по настройке рекламной кампании. Разработайте план проведения рекламной кампании с использованием всех выбранных ранее рекламных площадок. Опишите его.

3. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 13:

1. Выберите СМИ, которые могут быть потенциально заинтересованы в теме Вашего проекта. Проанализируйте список СМИ, выберите несколько наиболее привлекательных для продвижения Вашего проекта. Перечислите ссылки на данные ресурсы, обоснуйте свой выбор. Укажите, удалось ли связаться со СМИ и на каком этапе находятся переговоры.

2. Подберите журналистов. Выпишите журналистов, которые работают в Вашей сфере и полученный список разместите ниже. Перечислите новостные поводы, по которым выбранные авторы пишут статьи/заметки. Поделитесь отчетом о стадии переговоров с теми или иными авторами.

3. Составьте базу СМИ. Обобщите базу изданий и журналистов, в том числе свободных, с которыми планируется осуществить работу по налаживанию сотрудничества. Поделитесь текущими результатами работы.

4. Придумайте новостной повод для различных изданий. Напишите небольшое эссе на тему новостного повода для выбранных изданий. В графе “Результат” разместите примерный план привлечения СМИ в соответствии с Вашим инфоповодом.

5. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 14:

1. Заполните шаблон трекшн-карты для Вашего проекта. Определите текущее узкое место проекта в процессе проработки шаблона.

2. Выпишите гипотезы для тестирования на ближайшую неделю, опишите HADI-циклы по ним.

3. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 15:

1. Создайте список источников, из которых можно собрать контакты бизнес-ангелов и фондов. Используя социальные сети, отраслевые ресурсы и поисковые сервисы, составьте таблицу, включающую наименование фонда/ФИО бизнес-ангела, их сферу специализации, а также контактные данные (номер телефона, e-mail адрес).

2. Подготовьте список целевых фондов для Вашего стартапа

3. Подготовьтесь к ответам на вопросы.

Задание 16:

1. Подготовьте презентацию своего проекта для инвестора.

2. Эти вопросы помогут вам структурировать вашу презентацию для инвесторов:

- Кто составляет команду проекта (члены команды и распределение ролей)
- В чем заключается бизнес-возможность (боль потребителей)
- Описание продукта
- Бизнес-модель
- Метрики и экономика
- Размер рынка
- Потребность в финансировании

- План вывода продукта на рынок
- Маркетинговый план
- Финансовый план
- Оценка проекта
- Стратегия выхода

Критерии оценки разноуровневых заданий:

1. Полнота и правильность ответа.
2. Обобщенность знаний.
3. Четкость и грамотность речи.
4. Степень самостоятельности выполнения.
5. Уровень знания материала

Аттестация раздела по дисциплине проводится в форме тестирования. Тест содержит от 10 вопросов. На выполнение задания отводится 30 минут. Тест – это форма контроля, направленная на проверку уровня освоения контролируемого теоретического и практического материала по дидактическим единицам дисциплины (терминологический аппарат, основные методы).

Примерный перечень тестовых заданий:

Тестовые задания 1. (Т1)

1. Стартап — это:

- A. Недавно появившаяся компания.
- B. Маленькая компания.
- C. Новая компания в сфере ИТ.
- D. Временная организация, созданная для поиска бизнес-модели.
- E. Все ответы верные.
- F. Свой вариант.

2. Основные характеристики стартапа:

- A. Гибкость и оперативность принятия решений.
- B. Проектная, а не продуктовая составляющая.
- C. Воспроизводимая бизнес-модель.
- D. Масштабируемость.
- E. Все ответы верные.
- F. Свой вариант.

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

- A. Бизнес-план — разработка продукта — альфа-/бета-тест — запуск — первая поставка.
- B. Гипотеза — тестирование — привлечение клиентов — создание компании/масштабирование.
- C. Идея — полностью готовый продукт — выбор канала продаж — поиск клиентов — активные продажи.
- D. Все ответы верные (возможны альтернативные пути развития).
- E. Нет верного ответа.

4. Суть методики HADI-циклов состоит из:

- A. Гипотеза — действие — данные — выводы.
- B. Скрытый режим — активные продажи — сделки — взаимодействие с появившимися клиентами.
- C. Информирование, «шум» — активное привлечение потребителей — динамичное взаимодействие — возврат отказавшихся потребителей.
- D. Создание продукта — поиск потребителей — тестирование каналов — построение бизнес-модели.
- E. Нет правильного ответа.

5. Модель SPACE описывает:

- A. Пять параметров, характеризующих стартап.
- B. Три «орбиты», одну из которых необходимо выбрать стартапу для устойчивого развития.
- C. Модель выбора клиентом продукта, продажную цену, уникальность продукта, описание стартапа как поставщика и количество потенциальных покупателей.
- D. Нет верного ответа.
- E. Все ответы верные.

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.

В. Идея — PreSeed — Seed — Раунд А — Раунд В — Раунд С — Раунд D — IPO.

С. Идея — стартап — разработка — тестирование — стабилизация — масштабирование.

Д. Зарождение — первая версия продукта — доработка продукта — тестирование бизнес-модели — стабильная монетизация — масштабирование бизнеса (расширение базы клиентов, выход на новые рынки).

Е. Все ответы верные.

Ф. Нет верного ответа.

7. «Долина смерти», по определению Джеффри Мура, это:

А. Этап развития стартапа, когда уже набрана определенная целевая аудитория, есть продажи и лояльные клиенты, но дальнейший рост не происходит.

Б. Период, когда выручка стартапа равна 0.

С. Этап жизни стартапа, когда его деятельность «заморожена».

Д. Место в Калифорнии, где собираются руководители провалившихся стартапов.

Е. Период, когда у стартапа заканчиваются все имеющиеся ресурсы.

8. Создание МИП на основе разработки дает следующие преимущества:

А. Льготное налогообложение.

В. Возможность аренды помещений и уникального оборудования у вуза на льготных условиях.

С. Дополнительное финансирование (например, программа «СТАРТ» от Фонда содействия инновациям).

Д. Высокая конкурентоспособность за счет монополии на выпуск продукта, имеющего охранной документ, его новизны и оригинальности.

Е. Помощь бизнес-инкубаторов.

Ф. Все ответы верные.

9. Венчурное финансирование относится к:

А. Собственным финансовым средствам.

В. Заемным финансовым средствам.

С. Привлеченным финансовым средствам.

Д. Внутренним финансовым средствам.

10. Что из перечисленного не является особенностью бизнес-ангельского финансирования инновационной деятельности?

А. Требование доли в собственности компании.

В. Вера в команду и идею.

С. Использование собственных средств инвестора.

Д. Предоставление денежных средств на безвозмездной основе.

11. Что из перечисленного не является особенностью краудфандинга как источника финансирования?

А. Отсутствие географических ограничений.

В. Контрольный пакет всегда остается за предпринимателем.

С. Эффективность на ранних стадиях развития проекта.

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.

В. Являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании.

С. Денежные средства предоставляются на безвозмездной основе.

13. Наиболее распространенным способом выхода из венчурных инвестиций в мировой практике является:

А. IPO.

В. Выкуп менеджментом доли инвестора за счет собственных или заемных средств.

С. Продажа крупной доли/компании стратегическому/финансовому инвестору.

14. Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:

А. Фондовые рынки.

В. Личные сбережения.

С. Венчурные фонды.

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

А. Венчурные фонды.

В. Ресурсы бизнес-инкубаторов.

С. Фондовые рынки.

Д. Личные сбережения.

16. Расставьте основные этапы цикла венчурного инвестирования в порядке очередности возникновения:

А. Осуществление инвестиций.

В. Подбор компании.

С. Управление выходом.

Д. Формирование фонда.

Е. Постинвестиционное управление.

Тестовые задания 2. (Т2)

1. По техническим параметрам инновации делятся на:

А. Процессные, улучшающие и модификационные;

В. Процессные и модификационные;

С. Продуктовые и процессные;

Д. Продуктовые и улучшающие.

2. Кто внес существенный вклад в развитие теории инноваций:

А. Кондратьев;

В. Леонтьев;

С. Богданов;

Д. Канторович.

3. Синоним понятия «венчурный капитал»:

А. Надежный капитал;

В. Дополнительный капитал;

С. Основной капитал;

Д. Рисковый капитал.

4. Выделяют 2 концепции развития инновационных процессов:

А. Фундаментальная и экономическая;

В. Технологическая и инвестиционная;

С. Маркетинговая и фундаментальная;

Д. Маркетинговая и инвестиционная.

5. Особенности инновационного процесса не является:

А. Низкие расходы компаний на НИОКР;

В. Повышенные требования к квалификации сотрудников;

С. Важность правовой охраны инноваций;

Д. Острое соперничество конкурентов.

6. Выберите одну из функций инновации:

А. экономическая;

В. инвестиционная;

С. социальная.

7. В международной практике для характеристики наукоемкости применяется показатель:

А. ВВП;

В. ВНП;

С. чистый доход.

8. Какие продукты выделяют по типу новизны:

А. Новые для человека;

В. Новые для отрасли;

С. Новые для города.

9. Как называется теория Кондратьева:

А. Теория малых циклов;

В. Теория внедрения;

С. Теория больших циклов.

10. результат получения ранее неизвестных данных или наблюдения ранее неизвестного явления природы это:

- А. Инновация;
- В. Открытие;
- С. Изобретение;
- Д. Новшество.

11. Обязательными свойствами инноваций являются:

- А. Общественная полезность;
- В. Научно-техническая новизна;
- С. Коммерческая реализуемость;
- Д. Производственная применимость.

12. Распространение во времени уже освоенной и использованной инновации в новых условиях и местах применения это:

- А. Диффузия;
- В. Изобретение;
- С. Патентование.

13. Инновационная деятельность, сопряженная с большим коммерческим риском называется:

- А. Научоемкая;
- В. Патентная;
- С. Венчурная.

14. Инновации не могут использоваться:

- А. В лизинг;
- В. По франчайзингу;
- С. В качестве сметной документации;
- Д. Как объект продажи.

15. Особенностью венчурного предпринимательства является:

- А. Высокий риск осуществления инвестиций
- В. Подчиненность крупным предприятиям
- С. Длительность жизненного цикла организации
- Д. Деятельность только на основе заемного капитала

16. Работник предприятия, предлагающий качественно новые идеи по решению задач, выполняет роль:

- А. Организатора
- В. Аниматора идей
- С. Генератора идей
- Д. Модератора идей

17. Венчурное финансирование используется для проектов

- А. Технического перевооружения
- В. Расширения выпуска
- С. Освоения новой продукции
- Д. Модернизации продукции

18. Инновационный проект представляет собой

- А. План мероприятий, направленных на повышение эффективности производства
- В. Систему научно-технической, организационно-правовой и финансово-экономической документации, необходимой для реализации нововведения на предприятии (в организации)
- С. План работ по совершенствованию охраны окружающей среды
- Д. Производственную программу

19. Научно-технический прогресс предусматривает

- А революционное развитие
- В. Эволюционное развитие
- С. Революционное и эволюционное развитие

20. Фундаментальные научные исследования обеспечивают в первую очередь

- А. Революционное развитие
- В. Эволюционное развитие

Тестовые задания 3. (ТЗ)

1. Чем отличаются лифтовая презентация, презентация идеи и презентация для привлечения инвестиций?
 - А. Временем, в течение которого делается презентация.
 - В. Временем и содержанием, которое можно уложить за соответствующее время.
 - С. Структурой слайдов.
2. Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов?
 - А. Объем рынка, количество конкурентов.
 - В. Объем инвестиций, доходность инвестиций, риски при реализации проекта.
 - С. Оценка опыта команды.
3. Каковы должны быть основные требования к презентации, чтобы слушатели не уснули?
 - А. Рассказывать как можно громче.
 - В. Касаться тем, которые интересуют слушателей, не использовать специальные термины, проявлять личную заинтересованность.
 - С. Светить в слушателей лазерной указкой.
4. Чем отличается презентация при проблемном интервью от продающей презентации?
 - А. Проблемное интервью имеет целью получить информацию о проблеме клиента от него самого, продающая презентация делается для того, чтобы убедить клиента приобрести продукт.
 - В. В проблемном интервью нужно рассказать клиенту о его проблеме, а при проведении продающей презентации нужно рассказать клиенту, как блестяще эта проблема решена.
 - С. В проблемном интервью задаются вопросы, а в продающей презентации делаются утверждения.
5. Какое основное действие должен осуществлять маркетолог во время проведения проблемного интервью?
 - А. Размахивать руками.
 - В. Слушать.
 - С. Гипнотизировать клиента.
6. Какое основное действие должен осуществлять маркетолог при проведении продающей презентации?
 - А. Слушать.
 - В. Смотреть.
 - С. Убеждать клиента совершить покупку.
7. Какая информация является ключевой для лиц, принимающих решения?
 - А. Описание проблемы и краткое описание ее решения.
 - В. Технические характеристики продукта.
 - С. В каком университете учился докладчик.
8. Какая информация является ключевой для технического персонала?
 - А. Стоимость продукта.
 - В. Упаковка и дизайн продукта.
 - С. Технические характеристики продукта и возможность его встраивания в существующую инфраструктуру.
9. С чего начинать построение структуры презентации?
 - А. Цель.
 - В. Доказательство.
 - С. Аргумент.
10. Наиболее сильные акценты необходимо расставить при представлении:
 - А. Выводов.
 - В. Решений.
 - С. Аргументов.

Критерии оценки тестовых заданий:

1. Полнота знаний теоретического контролируемого материала.
2. Количество правильных ответов.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой:

1. Сбор и обработка данных о проблемах пользователей
2. Определение целевых пользователей для разработки технического решения
3. Оценка будущих доходов с пользователей.
4. Трансформация требований потребителей в технические требования
5. Постановка и решение изобретательской задачи
6. Проектирование архитектуры MVP
7. Планирование дифференциации MVP
8. Определение конкурентных преимуществ версии MVP с базовым функционалом
9. Оценка маржинальности версии MVP с базовым функционалом
10. Сбор и обработка данных о пользовательском опыте
11. Определение целевых пользователей для разработки версии MVP с расширенным функционалом
12. Расчет точки безубыточности продукта
13. Разработка стратегии вывода технологии на рынок
14. Этапы вывода наукоемких технологий на рынок
15. Основные модели и стратегии трансфера инновационных технологий
16. Содержание моделей product development и customer development для наукоемких технологий
17. Разработка стратегии вывода технологии на рынок
18. Подготовка и размещение рекламного поста о продукте
19. Подготовка итоговой презентации о продукте
20. Автоматизированные системы управления фирмой

Перечень разноуровневых заданий к зачету:

Задание 1. 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.

Задание 2. Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. 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 также 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, нанолекарства, суперконденсаторы, сверхъёмкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

Шкалы оценки образовательных достижений

Баллы (итоговой рейтинговой оценки)	Оценка (балл за ответ на дифферен- цированном зачете)	Требования к знаниям
100-90	<i>30-50 баллов</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
70-89		Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
60-69		Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий.
0-59		<i>0-29 баллов</i>

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

Основная литература:

1. Теоретическая инноватика : учебник и практикум для вузов / И. А. Брусакова [и др.] ; под редакцией И. А. Брусаковой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 333 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/492977> .
2. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 336 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/488374> .
3. Инновационная экономика : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сидорова [и др.] ; под общей редакцией Е. Ю. Сидоровой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 334 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/507880> .

Дополнительная литература:

4. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 337 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/489573> .
5. Производственный менеджмент : учебник и практикум для вузов / Л. С. Леонтьева [и др.] ; под редакцией Л. С. Леонтьевой, В. И. Кузнецова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 305 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/489059> <https://urait.ru/bcode/489059> .
6. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 372 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/508951> .

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Специальное материально-техническое обеспечение не требуется.

Учебно-методические рекомендации для студентов

1. Указания для прослушивания лекций

Перед началом занятий внимательно ознакомиться с учебным планом проведения лекций и списком рекомендованной литературы.

Перед посещением очередной лекции освежить в памяти основные концепции пройденного ранее материала. Подготовить при необходимости вопросы преподавателю. Не надо опасаться, что вопросы могут быть простыми.

На лекции основное внимание следует уделять не формулам и математическим выкладкам, а содержанию изучаемых вопросов, определениям и постановкам задач.

В процессе изучения лекционного курса необходимо по возможности часто возвращаться к основным понятиям и методам решения задач (здесь возможен выборочный контроль знаний студентов).

Желательно использовать конспекты лекций, в которых используется принятая преподавателем система обозначений.

Для более подробного изучения курса следует работать с рекомендованными литературными источниками и вновь появляющимися источниками.

2. Указания для участия в практических занятиях

Перед посещением уяснить тему практического занятия и самостоятельно изучить теоретические вопросы.

В конце практического занятия при необходимости выяснить у преподавателя неясные вопросы.

Основные результаты выполнения работы необходимо распечатать.

3. Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, историческими первоисточниками, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- написание докладов, рефератов;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к зачету непосредственно перед ним.

Таким образом, самостоятельная работа студентов является необходимым компонентом получения полноценного высшего образования.

Методические рекомендации для преподавателей

1. Указания для проведения лекций

На первой вводной лекции сделать общий обзор содержания курса и отметить новые методы и подходы к решению задач, рассматриваемых в курсе, довести до студентов требования кафедры, ответить на вопросы.

При подготовке к лекционным занятиям необходимо продумать план его проведения, содержание вступительной, основной и заключительной части лекции, ознакомиться с новинками учебной и методической литературы, публикациями периодической печати по теме лекционного занятия. Уточнить план проведения практического занятия по теме лекции. Перед изложением текущего лекционного материала напомнить об основных итогах, достигнутых на предыдущих лекциях. С этой целью задать несколько вопросов аудитории и осуществить выборочный контроль знания студентов.

В ходе лекционного занятия преподаватель должен назвать тему, учебные вопросы, ознакомить студентов с перечнем основной и дополнительной литературы по теме занятия. Раскрывая содержание учебных вопросов, акцентировать внимание студентов на основных категориях, явлениях и процессах, особенностях их протекания. Раскрывать сущность и содержание различных точек зрения и научных подходов к объяснению тех или иных явлений и процессов.

Следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам. Приводить примеры. Задавать по ходу изложения лекционного материала риторические вопросы и самому давать на них ответ. Это способствует активизации мыслительной деятельности студентов, повышению их внимания и интереса к материалу лекции, ее содержанию. Преподаватель должен руководить работой студентов по конспектированию лекционного материала, подчер-

кивать необходимость отражения в конспектах основных положений изучаемой темы, особо выделяя, категориальный аппарат. В заключительной части лекции необходимо сформулировать общие выводы по теме, раскрывающие содержание всех вопросов, поставленных в лекции. Объявить план очередного практического занятия, дать краткие рекомендации по подготовке студентов к практическому занятию. Определить место и время консультации студентам, пожелавшим выступить на практическом занятии с докладами и рефератами.

На последней лекции уделить время для обзора наиболее важных положений, рассмотренных в курсе.

2. Указания для проведения практических занятий

Четко обозначить тему практического занятия.

Обсудить основные понятия, связанные с темой практического занятия.

В процессе решения задач вести дискуссию со студентами о правильности применения теоретических знаний.

Отмечать студентов, наиболее активно участвующих в решении задач и дискуссиях.

В конце практического занятия задать аудитории несколько контрольных вопросов.

3. Указания по контролю самостоятельной работы студентов

По усмотрению преподавателя задание на самостоятельную работу может быть индивидуальным или фронтальным.

При использовании индивидуальных заданий требовать от студента письменный отчет о проделанной работе.

При применении фронтальных заданий вести коллективные обсуждения со студентами основных теоретических положений.

С целью контроля качества выполнения самостоятельной работы требовать индивидуальные отчеты (допустимо вместо письменного отчета применять индивидуальные контрольные вопросы).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС НИЯУ МИФИ по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Рабочую программу составил: доцент Кочеваткина Э.Ф.

Рецензент: к.э.н., доцент Миляева Н.В.

Программа одобрена на заседании УМКН 38.03.01 «Экономика».

Председатель учебно-методической комиссии Кочеваткина Э.Ф.