Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Минцаев Магомед Шавалович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.06.2025 10:51:44
Уникальный программный ключ:
236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5825f9fa4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА»

Менеджмент инноваций и бизнеса

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры
«__17_»

____мая_____2025__ г.,

протокол №_____

Заведующий кафедрой
_____ И.И. Идилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Технологическое предпринимательство»

Направление подготовки

13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника

Направленность (профиль)

«Тепловые электрические станции»

«Энергообеспечение предприятий»

Квалификация
бакалавр

Составитель (и) _____ Б.Л. Исакова

Грозный – 2025

ПАСПОРТ

ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Технологическое предпринимательство»

Паспорт фонда оценочных средств дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Понятие и сущность технологического предпринимательства. Внутренняя и внешняя предпринимательская среда	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
2	Понятие и сущность инноваций	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
3	Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
4	Маркетинг. Оценка рынка	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
5	Разработка продукта. Выведение продукта на рынок	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
6	Создание и развитие стартапа	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
7	Инструменты привлечения финансирования	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
8	Оценка инвестиционной привлекательности проекта	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)
9	Презентация проекта	УК-2, УК-3	Практическая работа Реферат Письм. контрольная работа (аттестация)

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	Практическая работа	Задания, выполняемые с использованием изучаемого материала с целью углубления и закрепления теоретических знаний и развития навыков	Комплект заданий для выполнения практических работ, тесты
2.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по определенной учебно-практической, исследовательской или научной теме	Темы рефератов
3.	Письм. контрольная работа (аттестация)	Подведение итогов учебной деятельности студентов в течение семестра в письменной форме	Билеты к аттестациям
4.	Зачет	Итоговая форма оценки знаний	Билеты к зачету

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

Тема 1 Понятие и сущность технологического предпринимательства. Внутренняя и внешняя предпринимательская среда

Тема 2 Понятие и сущность инноваций

Инновация – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде:

а) новых или усовершенствованных продуктов или услуг, внедренных на рынках;

б) новых или усовершенствованных технологических процессов;

в) новых способов организации производства, использованных в практической деятельности.

Под новыми продуктами понимаются не только конечные физические товары (например, автомобиль Ford, телевизоры Samsung), но и услуги (например, доставка за один день от DHL, сервисы Google).

Задание 1 . Приведите примеры новых или усовершенствованных технологических процессов, которые вы знаете.

2. Приведите примеры инновационных продуктов – товаров и услуг.

3. Приведите пример компании, которая предоставляет своим клиентам инновационные товары и услуги.

Задание 2. Раскройте императивные отличия предпринимателя от менеджера, промоутера и изобретателя. Определите, в чем разница между ними по следующим направлениям:

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

Тема 3 Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план

Генерирование бизнес-идей – это процесс, основанный на творческом поиске, призванном идентифицировать решение проблем потребителей и новые возможности, которые возникают на рынке.

Важна ли для разработчика фантазия? Нужно ли бизнесу умение мечтать? Наш ответ – да. Успешная бизнесидея сочетает в себе креативность, соответствие ожиданиям целевого рынка и высокую ценность для потребителей. Основные методы генерирования бизнес-идей: Мозговой штурм: все участники группы выдвигают свои идеи, любые идеи записываются, затем их анализируют, развивают, выбирают наилучшую идею. Метод «шести шляп» Эдварда де Боно является разновидностью метода мозгового штурма, который заключается в рассмотрении любой проблемы или идеи с разных ракурсов. Метод «шести шляп» – это ролевая игра, где шляпа

Задание 1

Используя материалы лекции, объясните, как соотносятся возможности рынка и возможности компании, процесс генерирования идей, формирование бизнес-идеи и коммерциализация идеи.

Задание 2

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

Определите:

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

Тестовые задания

1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

A. Возможности.

B. Ценности.

C. Получение прибыли.

2. Бизнес-модель – это:

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

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

C. Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке.

3. Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются:

A. Сочетание динамического и статического подходов к бизнес-моделированию процессов.

B. Использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса.

C. Целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как корпоративная стратегия, структурные, финансовые, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте.

4. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

A. 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.

B. Эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами.

C. Эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать.

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

A. Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы,

ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты.
В. Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек.
С. Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики.

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

7. Стратегические решения обладают следующими характеристиками:
А. Необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления.
В. Характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников.
С. Принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации.

8. Дайте определение целям компании:
А. Желание стартапера или предпринимателя достигнуть результатов.
В. Управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки.
С. Получение прибыли и коммерциализация идеи

Тема 4. Маркетинг. Оценка рынка

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена1.

Маркетинговые исследования позволяют предприятию избежать принятия решений в условиях абсолютного отсутствия информации. Результатом проводимых маркетинговых исследований
является маркетинговая информация или данные о рынке и окружающей среде компании.

Маркетинговые исследования – систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах. Филипп Котлер

Задание 1. Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

1. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.

2. Компания разрабатывает приложение, в котором можно найти информацию об имеющихся поблизости удобствах для родителей с маленькими детьми (пеленальные комнаты, рестораны с детским питанием, аптеки и т. д.). Необходимо изучить модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного

приложения.

3. Компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения. Необходимо принять решение о целесообразности данных вложений.

К этапам маркетингового исследования относятся:

1. Формулирование проблемы.
2. Планирование исследования.
3. Сбор информации.
4. Анализ информации.
5. Подведение итогов.

Задание 2. Обсудите в группе, какой этап является наиболее важным.

Методы маркетинговых исследований Информация, используемая для маркетинговых исследований, бывает первичной и вторичной, количественной и качественной и собирается различными методами маркетинговых исследований

Задание 3. 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 4. Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет.

В группах придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.

1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а 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, сверхъемкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

5. Разработка продукта. Введение продукта на рынок

5.1 Разработка продукта

Задание 1. Определите, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум».

Задание 2. Опишите, какому уровню готовности соответствует проект, описанный выше в микрокейсе «Роботикум».
В рамках описанного примера ответьте на следующие вопросы:
1. Что может являться продуктом для этого проекта?
2. Как для этого продукта будет выглядеть MVP?
3. Как будет поставлен процесс внесения изменений в продукт по результатам анализа обратной связи с клиентом?

Задание 3. В рамках описанного в микрокейсе «Роботикум» проекта ответьте на следующие вопросы:
1. Какое административное противоречие решается продуктом проекта?
2. Какое техническое противоречие решается продуктом проекта?
3. Какое физическое противоречие решается продуктом проекта?

Задание 4. В рамках описанного в микрокейсе «Роботикум» проекта сформулируйте ограничение производственной или бизнес-системы клиента, которое снимается с помощью продукта проекта.

Задание 5. Какие системы виртуального проектирования могут быть использованы для проектирования и прототипирования продукта, описанного в микрокейсе?

5.2 Введение продукта в рынок

Задание 1. Смоделировать потребность в рассматриваемом товаре.
Определить гипотетические барьеры.
Проанализировать, насколько верны планируемые действия компании.
Для выполнения данного задания предварительно составьте «интервью с потребителем» (о чем будете беседовать — о потребностях, барьерах и пр.) и опросите 4–5 человек, потенциальных потребителей продукта.

Задание 2. Продумать коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы),
активизирующие осознание потребности в подобном товаре (как убедить, что легче — значит лучше, что это действительно нужно?).

Задание 3. Подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — какое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации.
Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.

Задание 4. Проанализировать влияние различных факторов на потребительское поведение указанного товара (составьте бланк опроса и проведите опрос реальных потенциальных потребителей продукта на дидактической выборке в 15 человек).
Определить, каким образом можно использовать позитивные (с точки зрения рыночного успеха товара) аспекты влияния данных факторов и нивелировать негативные аспекты.
Данное задание предполагает умозрительный гипотетический анализ и тезисное изложение.

Тестовые задания

1. Какая потребность скорее лежит в основе спроса на данный продукт?
A. В безопасности.
B. В отдыхе, досуге.
C. В общении.

2. Какие барьеры вероятнее всего могут возникнуть на пути удовлетворения потребности в данном товаре?
A. Сомнение в безопасности.
B. Барьер нехватки времени.
C. Барьер нехватки денежных средств.

3. Достаточны ли, на ваш взгляд, предпосылки к выводу на рынок подобного товара и его рыночного успеха?
A. Сомнение (нужно доработать).
B. Достаточно.
C. Не достаточно.

4. Какие потребители, на ваш взгляд, приоритетны для данного стартапа?
A. Индивидуальные.
B. Корпоративные.
C. И те, и другие в равной степени.

Тема 6. Создание и развитие стартапа

Задание 1
Приведите 2–3 примера компаний / успешных стартапов, созданных их основателями во время учебы в университете.

Задание 2
Сформулируйте несколько гипотез для проекта создания открытого СМИ о потребностях целевого сегмента аудитории — журналистов, которых планируется привлекать для создания контента.

Тестовые задания

1. Стартап — это:

A. Недавно появившаяся компания.
B. Маленькая компания.
C. Новая компания в сфере IT.
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:

A. Поиск product/market fit (идея — MVP) — соответствие продукта рынку — рост, «долина смерти» — укрепление позиций, дальнейшие рост, масштабирование, захват рынков — IPO.
B. Идея — PreSeed — Seed — Раунд A — Раунд B — Раунд C — Раунд D — IPO.
C. Идея — стартап — разработка — тестирование — стабилизация — масштабирование.
D. Зарождение — первая версия продукта — доработка продукта — тестирование бизнес-модели — стабильная монетизация — масштабирование бизнеса (расширение базы клиентов, выход на новые рынки).
E. Все ответы верные.
F. Нет верного ответа.

7. «Долина смерти», по определению Джеффри Мура, это:
A. Этап развития стартапа, когда уже набрана определенная целевая аудитория, Тетрадь для студента 127 есть продажи и лояльные клиенты, но дальнейший рост не происходит.
Б. Период, когда выручка стартапа равна 0.
C. Этап жизни стартапа, когда его деятельность «заморожена».
D. Место в Калифорнии, где собираются руководители провалившихся стартапов.
E. Период, когда у стартапа заканчиваются все имеющиеся ресурсы.

8. Создание МИП на основе разработки дает следующие преимущества:
A. Льготное налогообложение.
B. Возможность аренды помещений и уникального оборудования у вуза на льготных условиях.
C. Дополнительное финансирование (например, программа «СТАРТ» от Фонда содействия инновациям).
D. Высокая конкурентоспособность за счет монополии на выпуск продукта, имеющего охранный документ, его новизны и оригинальности.
E. Помощь бизнес-инкубаторов.
F. Все ответы верные.

Тема7. Инструменты привлечения финансирования

Задание 1
Охарактеризуйте достоинства и недостатки доступных источников финансирования инновационных компаний на различных стадиях жизненного цикла.

Задание 2
Каковы преимущества и недостатки бутстрэппинга?

Задание 3
Сравните венчурное и бизнес-ангельское финансирование по следующим характеристикам.
Какие параметры можно было бы еще учесть?
Заполните таблицу. Обоснуйте свои ответы.

Задание 4

Составление финансовой модели проекта

1. Заполните финансовую модель вашего проекта, используя шаблон, представленный преподавателем. Методику, изложенную в модели, можно использовать в качестве образца.

Тестовые задания

1. Венчурное финансирование относится к:

A. Собственным финансовым средствам.

B. Заемным финансовым средствам.

C. Привлеченным финансовым средствам.

D. Внутренним финансовым средствам.

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

A. Требование доли в собственности компании.

B. Вера в команду и идею.

C. Использование собственных средств инвестора.

D. Предоставление денежных средств на безвозмездной основе.

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

A. Отсутствие географических ограничений.

B. Контрольный пакет всегда остается за предпринимателем.

C. Эффективность на ранних стадиях развития проекта.

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

A. Финансируют только компании на стадии start-up.

B. Являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании.

C. Денежные средства предоставляются на безвозмездной основе.

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

A. IPO. B. Выкуп менеджментом доли инвестора за счет собственных или заемных средств.

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

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

A. Фондовые рынки. B. Личные сбережения.

C. Венчурные фонды.

7. Расставьте основные источники финансирования инновационной деятельности в порядке возрастания доступного объема финансирования:
1. Венчурные фонды.
2. Ресурсы бизнес-инкубаторов.
3. Фондовые рынки.
4. Личные сбережения.

8. Расставьте основные этапы цикла венчурного инвестирования в порядке очередности возникновения:
1. Осуществление инвестиций.
2. Подбор компании.
3. Управление выходом.
4. Формирование фонда.
5. Постынвестиционное управление.

Тема 8. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

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

Задание 2
Перечислите результаты, которые вы можете получить, реализуя ваш проект, и затраты, которые для этого необходимы. Попробуйте оценить их в денежном выражении.

Задание 3
Что характеризует показатель критического объема продаж? Насколько полно он оценивает инвестиционную привлекательность проекта? Как бы вы оценили уровень безубыточности стартапов и проектов, находящихся на стадии роста?

Задание 4
Рассчитайте критический объем продаж по проекту и прибыль от продажи 180 и 300 единиц продукции, если известно, что: цена единицы продукции составляет 2 600 рублей; величина переменных затрат на изготовление единицы продукции — 1 200 рублей; величина постоянных затрат за месяц — 280 000 рублей. Сделайте выводы об эффективности проекта.

Задание 5
Оценка экономической целесообразности инновационных вложений методом чистой текущей стоимости (NPV).

Тестовые задания

1. Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?
А. Выручка.

B. Прибыль.
C. Дивиденды.

2. Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?
A. Соотношение прибыли и средств, инвестируемых в проект.
B. Соотношение инвестиционных затрат и прибыли по проекту.
C. Соотношение чистого дисконтированного дохода и средств, инвестируемых в проект.

3. Укажите первый этап оценки экономической эффективности для проекта, который имеет общественную значимость.
A. Оценка коммерческой эффективности проекта.
B. Оценка эффективности собственного капитала.
C. Оценка общественной эффективности.

4. Метод анализа точки безубыточности используется для определения:
A. Величины реального среднегодового спроса на продукцию проекта.
B. Критического объема производства продукции.
C. Величины производственно-сбытовых издержек предприятия.

5. Рентабельность инвестиций определяется как отношение:
A. Выручки к величине инвестиционных затрат.
B. Среднегодовой прибыли к сумме вложений в инвестиции.
C. Суммы годовых чистых денежных поступлений к сумме чистых инвестиций на начало каждого года.

6. Срок окупаемости единовременных затрат по проекту представляет собой:
A. Период времени от момента начала реализации проекта до начала получения прибыли от реализации продукции.
B. Период времени от момента начала реализации проекта до выплаты долга инвесторам.
C. Период времени от момента начала реализации проекта до получения положительного значения чистого денежного дохода нарастающим итогом.

7. Дисконтирование представляет собой:
A. Процесс расчета будущей стоимости денежных средств, инвестируемых сегодня.
B. Определение текущей стоимости денежных средств, планируемых к получению в будущих периодах.
C. Финансовая операция, предполагающая регулярный взнос денежных средств для накопления определенной суммы в будущем.

Тема 9. Презентация проекта

Задание 1
Посмотрите материал об эффективной презентации.
Подумайте и ответьте на вопрос: что в этой презентации удерживает внимание слушателей?

Задание 2
Используя модельный пример инновационного проекта на сайте https://www.innovationeconomy.ru/) или собственный проект, составьте:
1. Лифтовую презентацию.
2. Презентацию идеи.
3. Презентацию по привлечению инвестиций.

Тестовые задания

1. Чем отличаются лифтовая презентация, презентация идеи и презентация для привлечения инвестиций?
A. Временем, в течение которого делается презентация.
B. Временем и содержанием, которое можно уложить за соответствующее время.
C. Структурой слайдов.

2. Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов?
A. Объем рынка, количество конкурентов.
B. Объем инвестиций, доходность инвестиций, риски при реализации проекта.
C. Оценка опыта команды.

3. Каковы должны быть основные требования к презентации, чтобы слушатели не уснули?
A. Рассказывать как можно громче.
B. Касаться тем, которые интересуют слушателей, не использовать специальные термины, проявлять личную заинтересованность.
C. Светить в слушателей лазерной указкой.

4. Чем отличается презентация при проблемном интервью от продающей презентации?
A. Проблемное интервью имеет целью получить информацию о проблеме клиента от него самого, продающая презентация делается для того, чтобы убедить клиента приобрести продукт.
B. В проблемном интервью нужно рассказать клиенту о его проблеме, а при проведении продающей презентации нужно рассказать клиенту, как блестяще эта проблема решена.
C. В проблемном интервью задаются вопросы, а в продающей презентации делаются утверждения.

5. Какое основное действие должен осуществлять маркетолог во время проведения проблемного интервью?
A. Размахивать руками.
B. Слушать.
C. Гипнотизировать клиента.
6. Какое основное действие должен осуществлять маркетолог при проведении продающей презентации?
A. Слушать.
B. Смотреть.

C. Убеждать клиента совершить покупку.

7. Какая информация является ключевой для лиц, принимающих решения:
A. Описание проблемы и краткое описание ее решения.
B. Технические характеристики продукта.
C. В каком университете учился докладчик.

8. Какая информация является ключевой для технического персонала?
A. Стоимость продукта.
B. Упаковка и дизайн продукта.
C. Технические характеристики продукта и возможность его встраивания в существующую инфраструктуру.

9. С чего начинать построение структуры презентации?
A. Цель.
B. Доказательство.
C. Аргумент.

10. Наиболее сильные акценты необходимо расставить при представлении:
A. Выводов.
B. Решений.
C. Аргументов.

Критерии оценки:

Регламентом БРС предусмотрено 15 баллов за текущий контроль.

- устный и письменный опрос (0-5 баллов)
- комплект разноуровневых заданий (0-10 баллов)

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Технологическое предпринимательство»

1.Предпринимательство – субъект экономического процесса
2. Экономическое содержание предпринимательской деятельности.
3. Характеристика учений о предпринимательстве.
4. Социально-экономическая характеристика предпринимательской деятельности.
5. Развитие учения о предпринимательстве в XX и XXI веках.
6. Основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
7. Виды и характеристика сложных предпринимательских образований.
8. Враждебное поглощение кампаний.
9. Выбор карьеры в бизнесе.
10. Законодательные акты РФ о предпринимательстве, о малом предпринимательстве.
11. Факторы успешного развития бизнеса.
12. Сотрудничество в сфере финансовых отношений. Факторинг, коммерческий трансферт.
13. Анонсирование и инвестирование в основной капитал и управление его ликвидностью.
14. Предприниматель в поиске налоговых оазисов.
15. Страхование в предпринимательской деятельности.
16. Методы снижения риска в предпринимательской деятельности.
17. Влияние разнонаправленных интересов на деловую среду.
18. Вступление в сферу предпринимательства через производство и поставку на рынок традиционного товара или услуги.
19. Моделирование отличий товара, лежащего в основе деловой идеи.
20. Вступление в сферу предпринимательства через производство и поставку на рынок инновационного товара или услуги.
21. Инновационная стратегия предприятия.
22. Организация высокотехнологичного производства.
23. Кадровое обеспечение предпринимательской деятельности.
24. Формирование системы управления.
25. Участие работников в управлении персоналом.
26. Автоматизированные системы управления фирмой.
27. Организация рекламной работы в предпринимательской деятельности.

Критерии оценки

Регламентом БРС предусмотрено всего 15 баллов за самостоятельную работу студента.

15 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют

орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала.

12 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала.

9 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала.

6 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой достаточно самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала .

3 балла – в целом содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть регулярные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала.

0 баллов – содержание реферата не соответствует заявленной в названии тематике или в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата

есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в его оформлении; отсутствуют или некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть многочисленные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст реферата представляет собой непереработанный текст другого автора.

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д. МИЛЛИОНЩИКОВА

Институт _цифровой экономики и технологического предпринимательства___

Кафедра ___Менеджмент инноваций и бизнеса_____

Вопросы к первой рубежной аттестации

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Анализ различных точек зрения на сущность предпринимательства и предпринимателей.
3. Философия и принципы совершенного предпринимательства.
4. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
5. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.
6. Сущность и свойства инноваций.
7. Модели инновационного процесса.
8. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
9. Классификация инноваций.
10. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.
11. Формализация бизнес-модели.
12. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
13. Основы маркетинговых исследований.
14. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
15. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.

Вопросы ко второй рубежной аттестации

1. Особенности продаж инновационных продуктов.
2. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
3. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
4. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.
5. Концепция Customer development.
6. Методы моделирования потребительских потребностей.
7. Модель потребительского поведения.
8. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
9. Этапы развития стартапа.
10. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа.
11. Общая структура эффективной презентации.
12. Виды презентаций.
13. Общие замечания по содержанию презентаций

Критерии оценки *(в рамках текущей аттестации)*

Регламентом БРС ГГНТУ предусмотрено 15 баллов за текущую аттестацию. Критерии оценки разработаны, исходя из разделения баллов: 5 баллов за освоение теоретических вопросов дисциплины (блиц-опросы на лекциях), и 10 баллов за выполнение практических заданий.

Критерии оценки ответов на теоретические вопросы:

- 0 баллов выставляется студенту, если *дан неполный ответ*, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

- ***1-2 баллов выставляется студенту, если*** *дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ*. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

- 3-4 баллов выставляется студенту, если *дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос*, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно- следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

- 5 баллов выставляется студенту, если *дан полный, развернутый ответ* на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки.

Баллы за тему выводятся как средний балл по заданным студенту вопросам, не считая количество «наводящих» и уточняющих вопросов.

Баллы за текущую аттестацию выводятся как средний балл по всем темам.

Вопросы к зачету по дисциплине «Технологическое предпринимательство»

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Анализ различных точек зрения на сущность предпринимательства и предпринимателей.
3. Философия и принципы совершенного предпринимательства.

4. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
5. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.
6. Сущность и свойства инноваций.
7. Модели инновационного процесса.
8. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
9. Классификация инноваций.
10. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.
11. Формализация бизнес-модели.
12. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
13. Основы маркетинговых исследований.
14. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
15. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.
16. Особенности продаж инновационных продуктов.
17. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
18. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
19. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.
20. Концепция Customer development.
21. Методы моделирования потребительских потребностей.
22. Модель потребительского поведения.
23. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
24. Этапы развития стартапа.
25. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа.
26. Общая структура эффективной презентации.
27. Виды презентаций.
28. Общие замечания по содержанию презентаций

Итоговая отчетность студентов по дисциплине принимается по билетам, с предоставлением времени на подготовку и последующим устным ответом преподавателю. Состав билета на экзамен / зачет – 3 теоретических вопроса.

В пределах допускаемых на экзамене / зачете 20 баллов студенту выставляется:

Более 15 баллов – студент показывает всестороннее глубокое систематическое знание учебно-методического материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы билета; умеет анализировать, классифицировать, обобщать и систематизировать изученный материал, устанавливать причинно-следственные связи; увязывает теоретические аспекты предмета с практическими задачами.

От 6 до 15 баллов – студент обнаруживает, в основном, полное знание учебно-программного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания; излагает ответы на поставленные вопросы систематизированно и последовательно, но имеются пробелы знаний в некоторых разделах; демонстрирует умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

До 5 баллов – студент показывает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, знаком с основной литературой,

рекомендованной программой, однако проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками; в процессе ответов допускаются ошибки по существу вопросов. Студент способен решать лишь наиболее легкие задачи, владеет только обязательным минимумом практических навыков.

0 баллов – студент показывает существенные пробелы в знаниях основного учебного программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; не способен ответить на вопросы билета даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Копмлект билетов к первой рубежной аттестации

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет

им. акад. М.Д. Миллионщикова

Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 1

1. Понятие технологического предпринимательства.
2. Анализ различных точек зрения на сущность предпринимательства и предпринимателей.
3. Философия и принципы совершенного предпринимательства

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 2

1. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
2. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.
3. Сущность и свойства инноваций.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 3

1. Модели инновационного процесса.
2. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
3. Классификация инноваций.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 4

1. Сущность и свойства инноваций.
2. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.
3. Особенности продаж инновационных продуктов.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 5

1. Философия и принципы совершенного предпринимательства
2. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
3. Основы маркетинговых исследований

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 6

1. Основы маркетинговых исследований
2. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
3. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 7

1. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.
2. Сущность и свойства инноваций.
3. Модели инновационного процесса.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 8

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Модели инновационного процесса.
3. Роль предпринимателя в инновационном процессе.

Преподаватель _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 9

1. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
2. Модели инновационного процесса.
3. Особенности продаж инновационных продуктов.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 10

1. Понятие технологического предпринимательства.
2. Анализ различных точек зрения на сущность предпринимательства и предпринимателей.
3. Философия и принципы совершенного предпринимательства

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 11

1. Сущность и свойства инноваций.
2. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
3. Основы маркетинговых исследований

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 12

1. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
2. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
3. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 13

1. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех.

Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.

2. Сущность и свойства инноваций
3. Модели инновационного процесса.

Преподаватель _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 14

1. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
2. Классификация инноваций.
3. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.

Преподаватель _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

1-я рубежная аттестация

Группа: _____ **Семестр: 2**

Билет 15

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Анализ различных точек зрения на сущность предпринимательства и предпринимателей.
3. Философия и принципы совершенного предпринимательства

Преподаватель _____

Копмлект билетов ко второй рубежной аттестации

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

2-я рубежная аттестация

Группа: **Семестр: 2**

Билет 1

1. Особенности продаж инновационных продуктов.

Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
2. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
3. Общие замечания по содержанию презентаций

Преподаватель _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: Семестр: 2

Билет 2

1. Концепция Customer development.
2. Методы моделирования потребительских потребностей.
3. Модель потребительского поведения

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: Семестр: 2

Билет 3

1. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.
2. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа
3. Общая структура эффективной презентации.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова

Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 4

1. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
2. Этапы развития стартапа
3. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 5

1. Особенности продаж инновационных продуктов.
2. Концепция Customer development.
3. Методы моделирования потребительских потребностей.
4.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 6

1. Методы моделирования потребительских потребностей.
2. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
3. Этапы развития стартапа

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация

Группа: **Семестр: 2**

Билет 7

1. Общая структура эффективной презентации.
2. Виды презентаций.
3. Общие замечания по содержанию презентаций

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация

Группа: **Семестр: 2**

Билет 8

1. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
2. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.
3. Концепция Customer development.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация

Группа: **Семестр: 2**

Билет 9

1. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
2. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
3. Общие замечания по содержанию презентаций

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 10

1. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.
2. Концепция Customer development.
3. Методы моделирования потребительских потребностей.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 11

1. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа
2. Общая структура эффективной презентации.
3. Виды презентаций.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 12

1. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
2. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
3. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: Семестр: 2

Билет 13

1. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
2. Этапы развития стартапа
3. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: Семестр: 2

Билет 14

1. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
2. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
3. Умный жизненный цикл продукта. работникам предпринимательской фирмы.

Преподаватель_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова

Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»
2-я рубежная аттестация
Группа: **Семестр: 2**

Билет 15

1. Концепция Customer development.
2. Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа
3. Общая структура эффективной презентации.

Преподаватель_____

ЗАЧЕТНО-ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
5 СЕМЕСТР, ЗАЧЕТ

Копмлект билетов ко второй рубежной аттестации

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 1

1. Понятие технологического предпринимательства.
2. Сущность и свойства инноваций.
3. Общие замечания по содержанию презентаций

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 2

1. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
2. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
3. Этапы развития стартапа

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 3

1. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
2. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
3. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 4

1. Модели инновационного процесса.
2. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
3. Классификация инноваций.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 5

1. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
2. Основы маркетинговых исследований
3. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов.
4. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.
5.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 6

1. Жизненный цикл продукта. Методы разработки продукта.
2. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.
3. Концепция Customer development.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 7

1. Классификация инноваций.
2. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.
3. Формализация бизнес-модели.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 8

1. Роль предпринимателя в инновационном процессе.
2. Уровни готовности технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 9

1. Сущность и свойства инноваций.
2. Формализация бизнес-модели.
3. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 10

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Модели инновационного процесса.
3. Виды презентаций.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 11

1. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.
2. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.
3. Особенности продаж инновационных продуктов.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 12

1. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.
2. Концепция Customer development.
3. Методы моделирования потребительских потребностей.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 13

1. Формализация бизнес-модели.
2. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план.
3. Основы маркетинговых исследований

Преподаватель:

Зав. каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 14

1. Понятие технологического предпринимательства
2. Оценка рынка и целевой сегмент. Комплекс маркетинга.

3. Особенности продаж инновационных продуктов.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 15

4. Понятие технологического предпринимательства
5. Субъекты и объекты предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Венчурный бизнес. Электронная торговля.
6. Цели предпринимательства. Предпринимательский успех. Цель предпринимательской активности. Мотивация предпринимателя.

Преподаватель:

Зав.каф.:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Грозненский Государственный Нефтяной Технический Университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
Кафедра «Менеджмент инноваций и бизнеса»
Дисциплина «Технологическое предпринимательство»

Группа: **Семестр: 5**

Билет 16

1. Как возникают бизнес-идеи? Создание бизнес-модели.
2. Что такое стартап? Методики развития стартапа.
3. Этапы развития стартапа.

Преподаватель:

Зав.каф.: