

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.06.2025 12:44:11
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323

38.03.01 Экономика/ Инженерная экономика и промышленная коммерция/Технологическое предпринимательство/2025/Очно-заочная

Проректор по учебной работе

утверждено 24.02.25

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 1 от 11.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета экономики и
управления

согласовано

А. А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания № 5 от 04.02.2025

Заведующий кафедрой

согласовано

С. А. Головихин

Автор (составитель)

Н. С. Тихонова

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Технологическое предпринимательство" по направлению подготовки
(специальности) 38.03.01 "Экономика" направленности (профилю) Инженерная экономика и промышленная
коммерция ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Технологическое предпринимательство

Направление подготовки (специальность)

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Инженерная экономика и промышленная коммерция

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2025

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2025 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование и систематизация знаний и навыков, профессиональных компетенций в технологической предпринимательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний о теории и практике технологического предпринимательства;
- получение практических навыков в организации технологического предпринимательства;
- развитие навыков разработки технологического предпринимательства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.1.17

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как бизнес-планирование, бизнес-аналитика, инновации

Коммерциализация инновационных проектов

Бизнес-аналитика организационно-технических систем (научный семинар)

Бизнес-планирование

Управление инвестиционными проектами

Производственный менеджмент

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные при изучении данной дисциплины, могут быть использованы при изучении таких дисциплин как Разработка управленческих решений,

Экономика и управление предприятием,

Методы принятия управленческих решений,

Стратегический менеджмент,

Инновационный менеджмент,

Управление проектами,

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы, Производственный менеджмент

Производственная практика (преддипломная практика)

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Управление проектами цифровой трансформации

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен применять методы экономического анализа для выбора экономически обоснованных управленческих решений в сфере инженерной экономики и промышленной коммерции

Знать:

методы поиска, сбора и обработки экономической информации, методики экономического анализа для выявления налоговых резервов организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

Уметь:

рассчитывать и анализировать экономические показатели, характеризующие влияние налогообложения на финансовые результаты производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

Владеть:

способностью интерпретировать результаты проведенного экономического анализа влияния налогообложения на финансовые результаты производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:



Рабочая программа дисциплины "Технологическое предпринимательство" по направлению подготовки (специальности) 38.03.01 "Экономика" направленности (профилю) Инженерная экономика и промышленная коммерция ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

3.1.1 методы расчета и анализа экономических показателей, характеризующих функционирование и результативность производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

3.2 Уметь:

3.2.1 применять методы поиска, сбора и обработки экономической информации, методики экономического анализа для выявления резервов производственно-хозяйственной деятельности и конкурентных преимуществ организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

3.3 Владеть:

3.3.1 интерпретировать результаты проведенного экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72	Виды контроля в семестрах: зачеты 9
в том числе :	
аудиторные занятия : 12	
самостоятельная работа : 57,95	
контактная работа: 14,05 ИКР: 2,05	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
Раздел 1. Введение в технологическое предпринимательство				
1.1	Введение в технологическое предпринимательство /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.1Л3.1 Э1
1.2	Введение в технологическое предпринимательство /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
1.3	Введение в технологическое предпринимательство /Ср/	9	8,25	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
1.4	Введение в технологическое предпринимательство /ИКР/	9	0,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
Раздел 2. Формирование стартапа				
2.1	Формирование стартапа /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1



2.2	Формирование стартапа /Ср/	9	8,75	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
2.3	Формирование стартапа /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
2.4	Формирование стартапа /ИКР/	9	0,4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
Раздел 3. Этапы разработки продукта: подход Product development				
3.1	Этапы разработки продукта: подход Product development /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
3.2	Этапы разработки продукта: подход Product development /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
3.3	Этапы разработки продукта: подход Product development /Ср/	9	10,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
3.4	Этапы разработки продукта: подход Product development /ИКР/	9	0,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
Раздел 4. Исследование клиентов и потребностей: подход Customer development				
4.1	Исследование клиентов и потребностей: подход Customer development /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
4.2	Исследование клиентов и потребностей: подход Customer development /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
4.3	Исследование клиентов и потребностей: подход Customer development /Ср/	9	8,55	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
4.4	Исследование клиентов и потребностей: подход Customer development /ИКР/	9	0,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1



Раздел 5. Построение бизнес-модели проекта				
5.1	Построение бизнес-модели проекта /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
5.2	Построение бизнес-модели проекта /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
5.3	Построение бизнес-модели проекта /Ср/	9	11,9	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
5.4	Построение бизнес-модели проекта /ИКР/	9	0,55	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
Раздел 6. Продвижение стартапа. Презентация проекта				
6.1	Продвижение стартапа. Презентация проекта /Лек/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
6.2	Продвижение стартапа. Презентация проекта /Пр/	9	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
6.3	Продвижение стартапа. Презентация проекта /Ср/	9	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1
6.4	Продвижение стартапа. Презентация проекта /ИКР/	9	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль:
Ситуационная задача
Тест

Итоговый контроль:
Зачетное собеседование (зачет)

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Ситуационные задачи
№1. Команда из шести человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 50 человеко-часов. Заказ принес компании 1 200 000 руб. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час.



№2. Вы пришли в компанию по объявлению: «Крупной известной компании, лидеру отрасли, требуются инициативные и креативные сотрудники, опыт работы не обязателен». Вы входите в большое, солидно обставленное, но давно не отремонтированное помещение, где вас встречает строгий и официальный начальник отдела кадров в возрасте около 60 лет. Из разговора вы понимаете, что сейчас компания испытывает трудности, связанные с влиянием кризиса и усилением конкуренции, ваша цель - расширить сферу сбыта компании, причем очевидно, что вам придется часто выезжать в область. Менеджер подчеркивает, что в первый год работы вы должны зарекомендовать себя, и поэтому ваша зарплата будет минимальной. В дальнейшем оплата будет возрастать, причем пропорционально времени работы. Начальник отдела с гордостью сообщает, что большинство сотрудников компании работают в ней с момента ее основания в 1992 году. График работы с 09:00 до 18:00. Особо указывается, что в компании ежедневно проводятся планерки у генерального директора в 18:00, на которых каждый сотрудник отчитывается в том, что сделано за день. Пропуск такой планерки карается штрафом, неоднократный пропуск - увольнением. В 09:00 ежедневно аналогичные совещания проводят начальники отделов, на них каждому сотруднику дается конкретное задание на день, которое он должен выполнить. Проанализируйте данную организацию и аргументированно ответьте на следующие вопросы:

- На какой тип лидерства ориентирована данная компания?
- Можно ли сказать, что в компании сформирован командный дух?
- Можно ли эту компанию назвать проектно-ориентированной?
- Соответствует ли истине объявление о найме сотрудников - этой компании действительно нужны креативные и инициативные сотрудники?

№3. Компания X-prank (численность - пять человек) выводит на рынок услугу, связанную с поиском пропавших вещей. Уникальность услуги заключается в специальном программном обеспечении, позволяющем со смартфона или планшета устанавливать связь с потерянной вещью без специальных устройств. Суть технологии заключается в создании базы данных физических свойств объекта (материал, температура, размер, масса и т. п.). Посредством специально установленного приложения любое мобильное устройство может сканировать внешнюю среду по заданным параметрам и находить утерянную вещь. Сформулируйте основные элементы бизнес-модели в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

- ценностное предложение;
- формула прибыли;
- ключевые ресурсы;
- ключевые процессы.

№4. Выясните, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

- 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;
- компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

№2. Приведите примеры компаний в сфере высоких технологий, работающих на следующих рынках:

- B2C и B2B одновременно;
- B2B и B2G одновременно.
- рынок P2P, B2C и международный рынок одновременно.

Аргументируйте ответ.

№5 На этапе финальной полировки при производстве турбинных лопаток во всем мире используется ручной труд. Это связано с тем, что задача программирования робота, способного учитывать различные факторы (гибкость полировочной ленты, исходные шероховатости поверхности и пр.) для адаптивного управления обработкой, в мире пока не решена. Санкт-Петербургская компания «Роботикум» разработала сложные нелинейные алгоритмы обратной связи, которые позволяют создать роботизированную ячейку для полировки турбинных лопаток. В настоящее время работоспособность алгоритмов продемонстрирована на примере модели «бабочка» - управление удержанием шарика на поверхности сложной формы, с которой шарик скатывается. Определите, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум». Аргументируйте ответ.

№6. Компания X при крупном университете в России разработала и коммерциализует технологию радикального повышения износостойкости металлических деталей путем специальной обработки поверхности. После обработки срок службы деталей увеличивается в восемь раз, а также резко уменьшается трение поверхностей. В качестве стартового компания выбрала рынок автомобильных запчастей - один из наиболее массовых рынков.



Объясните, почему на рынке автомобильных запчастей компании X вряд ли удастся добиться успеха.

№7. Для компании X, кратко охарактеризованной выше, сформулируйте гипотезу о том, на каких рынках и для каких клиентов данная технология может быть востребована. Аргументируйте ответ.

№8. Выясните, какой вариант привлечения заемного финансирования в сумме 1000 тыс. руб. на 3 года лучше:

- под простую процентную ставку 18% годовых;
- под сложную процентную ставку 15% годовых.

№9. В ходе подготовки обоснования предпринимательского проекта были рассмотрены условия снабжения производства необходимыми материалами и условия сбыта готовой продукции. Материалы, используемые в производстве, будут оплачены 50 % в текущем месяце, 50 % – в следующем. Запас сырья и материалов создается на месяц. Продукция будет реализована в том же месяце в кредит с оплатой покупателями через два месяца. Месячная периодичность закупок материалов и вывоза готовой продукции сохранится на весь период жизни проекта. Ежемесячный расход сырья и материалов составляет 1 200 тыс. руб.; ежемесячные продажи готовой продукции – 2 400 тыс. руб.

Определите необходимую сумму финансовых средств, инвестируемых в предстоящем периоде в оборотный капитал.

№10. Имеются следующие данные по проекту. Вероятность того, что реальная цена продажи продукта инновационного проекта «Бельвита» изменится, т. е. станет больше, меньше или равна плановой, оценивается экспертами как, соответственно, 30, 30 и 40%. Если цена все же окажется меньше плановой, то, по мнению экспертов, с вероятностью 60% отклонение будет не более -10%, с вероятностью 30% - от -10 до -20% и с вероятностью 10% - от -20 до -30%. Аналогичным образом анализируем отклонения в положительную сторону: с вероятностью 60% отклонение будет не более +10%, с вероятностью 30% - от +10 до +20% и с вероятностью 10% - от +20 до +30%. Отклонения более 30% в любую сторону эксперты оценивают как маловероятные. NPV проекта составляет 709 тыс. руб. Кроме того, известно, что изменение цены реализации на -30% приведет к сокращению NPV проекта на 7825 тыс. руб., изменение цены реализации на -10% приведет к сокращению NPV проекта на 5585 тыс. руб., изменение цены реализации на +10% приведет к сокращению NPV проекта на 2941 тыс. руб. Рост цены проекта на 30% приведет к росту NPV проекта на 7430 тыс. руб., рост цены проекта на 20% приведет к росту NPV проекта на 4631 тыс. руб., рост цены проекта на 10% приведет к росту NPV проекта на 2906 тыс. руб. На основе приведенной информации составьте «дерево вероятностей», рассчитайте итоговую вероятность отклонения цены реализации от планового значения, суммарный риск по NPV по инновационному проекту «Бельвита», а также ожидаемую величину NPV, скорректированную на риск, связанный с изменением цены реализации.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

1. Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде (отметьте неправильный вариант):

- А) новых продуктов;
- Б) нового технологического процесса;
- В) нового способа организации производства;
- Г) нового дизайна упаковки продукта.

2. К обязательным свойствам инноваций не относится:

- А) научно-техническая новизна;
- Б) производственная применимость;
- В) коммерческий потенциал;
- Г) усовершенствованный дизайн.

3. Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам:

- А) схема нового вида летательного аппарата;
- Б) новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании;
- В) найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta;
- Г) выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения.

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

- А) этап прототипа;
- Б) этап патентования;
- В) этап производства;
- Г) этап первых продаж.

5. К эпохальным инновациям можно отнести:

- А) освоение скотоводства;



- Б) выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE;
В) новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее - 100 мл);
6. Что из нижеперечисленного не относится к малой группе:
А) пассажиры поезда;
Б) работники парикмахерской;
В) рабочие строительной бригады;
Г) нет верного ответа.
7. Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера:
А) харизма;
Б) умение правильно распределять роли;
В) либерализм;
Г) нет верного ответа.
8. На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:
А) однозначно, да;
Б) Да, если время и место было согласовано со всеми заранее;
В) Нет, это объективные причины.
9. В группе низкая экспансивность, это:
А) мешает сформировать команду;
Б) помогает сформировать команду;
В) никак не скажется на формировании команды.
10. Работа в команде имеет следующее преимущество:
А) снижает время на принятие решений;
Б) упрощает процесс распределения прибыли;
В) повышает креативность;
Г) нет верного ответа.
11. Что является основой возникновения бизнес-идей?
А) возможности;
Б) ценности;
В) получение прибыли;
Г) нет верного ответа.
12. Бизнес-модель – это:
А) бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана;
Б) концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли);
В) соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке;
Г) нет верного ответа.
13. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:
А) постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями;
Б) эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами;
В) эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать;
Г) нет верного ответа.
14. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:
А) ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты;
Б) потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек;
В) внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики;
Г) нет верного ответа.
15. Стадии бизнес-планирования включают в себя следующие:
А) определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности;
Б) стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование;
В) определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков;
Г) нет верного ответа.
16. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:



- А) макрофакторы и микрофакторы;
Б) микрофакторы и мезофакторы;
В) мезофакторы и мегафакторы;
Г) макрофакторы и мегофакторы.
17. Что такое B2C рынок?
А) рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства;
Б) рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления;
В) рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя;
Г) рынок покупатель-покупателю.
18. Исследование заключалось в проведении группового интервью-модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это было:
А) глубинное интервью;
Б) анализ протокола;
В) холл-тест;
Г) фокус-группа.
19. Что такое time to market?
А) время, необходимое для вывода продукта на рынок;
Б) время на развитие рынка;
В) время на поиск сегмента;
Г) время для проезда до рынка.
20. Что такое маркетинг-микс?
А) набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга;
Б) набор факторов, влияющих на маркетинг;
В) комплекс стратегических партнеров;
Г) секретная формула продукта.
21. Стадии жизненного цикла товара (выберите ненужное):
А) выход на рынок;
Б) спад;
В) рост;
Г) зрелость;
Д) обзвон клиентов.
22. Преимуществами модели водопада являются (выберите лишний ответ):
А) очень подробное документирование процесса на каждой стадии;
Б) требования к продукту четко определены;
В) снижение требований к квалификации разработчиков;
Г) страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию;
Д) легко измеримые результаты каждой стадии;
Е) гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций.
23. Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишний ответ):
А) не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема;
Б) некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки;
В) продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях;
Г) менее подробная документация и стандартизация продукта.
24. Основным принципом Теории ограничений является (выберите правильный ответ):
А) нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов;
Б) в системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место;
В) ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства;
Г) прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек.
25. Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:
А) изучение рынка;
Б) разработка продукта;
В) обслуживание и поддержка;
Г) вывод на рынок;
Д) продажи;
Е) утилизация.
26. Расположите формы потребности в порядке ее развития:
А) нужда – желание – запрос;
Б) желание – нужда – запрос;
В) запрос – нужда – желание.



27. Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?
А) барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие);
Б) накладываемые семьей;
В) отсутствие товара;
Г) нет верного ответа.
28. Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?
А) воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект;
Б) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства;
В) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль;
Г) нет верного ответа.
29. Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки):
А) поиск информации – осознание потребности – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение;
Б) осознание потребности – поиск информации – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение;
В) оценка альтернатив – поиск информации – осознание потребности – покупка – потребление – постпокупочное поведение.
30. В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товарной группы и товарной марки?
А) публичных товаров первой необходимости (открытое потребление);
Б) личных товаров первой необходимости (скрытое потребление);
В) личных товаров роскоши (скрытое потребление);
Г) публичных товаров роскоши (открытое потребление).
31. Что понимают под трансфером технологий?
А) формальную передачу прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне;
Б) самостоятельное практическое использование и коммерциализацию технологической разработки субъектом, выполняющим научные исследования, в собственном производстве;
В) создание объекта интеллектуальной собственности для собственных нужд и дальнейшего применения для перспективных исследований и разработок;
Г) нет верного ответа.
32. Можно ли назвать компанию IBM, продающую права на использование технологий, патенты на которые ей принадлежат, патентным троллем?
А) да;
Б) нет;
В) да, но только в случае, если IBM не использует эти технологии в собственной производственной деятельности.
33. В случае, если Ваша компания разработала изобретение, провела патентный поиск, подала заявку и получила от патентного ведомства уведомление о проведении в отношении изобретения экспертизы по существу, а также получила дату приоритета и номер документа (заявки) на патент на изобретение, а также нашла покупателя на данное изобретение, какого вида договор будет заключен:
А) патентная лицензия;
Б) бесплатная лицензия;
В) гибридная лицензия;
Г) нет верного ответа.
34. Какой раздел не является обязательным в лицензионном договоре на использование изобретения, охраняемого патентом в режиме РСТ?
А) информация об усовершенствованиях, вносимых в технологию, составляющую основу для предмета сделки;
Б) перечень сотрудников Лицензиата и Лицензиара, имеющих доступ к информации о технологии;
В) информация о сроке действия договора.
35. Какой тип лицензии (исключительная или неисключительная) наиболее выгоден для Лицензиара?
А) простая (неисключительная) лицензия, потому что Лицензиар сможет продать права на разработку и другим покупателям;
Б) простая (неисключительная) лицензия, потому что цена сделки будет выше, нежели чем при заключении договора исключительной лицензии, ведь объем передаваемых прав значительно больше при простой лицензии;
В) исключительная лицензия, так как с Лицензиара снимается обязательство по уплате пошлин за поддержание патента в силе.
36. Стартап – это:
А) недавно появившаяся компания;
Б) маленькая компания;
В) новая компания в сфере IT;



- Г) временная организация, созданная для поиска бизнес-модели;
Д) все ответы верные.
37. Основные характеристики стартапа:
А) гибкость и оперативность принятия решений;
Б) проектная, а не продуктовая составляющая;
В) воспроизводимая бизнес-модель
Г) масштабируемость;
Д) все ответы верные.
38. Суть методики HADI-циклов состоит из:
А) гипотеза – действие – данные – выводы;
Б) скрытый режим – активные продажи – сделки – взаимодействие с появившимися клиентами;
В) информирование, «шум» – активное привлечение потребителей – динамичное взаимодействие – возврат отказавшихся потребителей;
Г) создание продукта – поиск потребителей – тестирование каналов – построение бизнес-модели;
Д) нет верного ответа.
39. Модель SPACE описывает:
А) 5 параметров, характеризующих стартап;
Б) 3 «орбиты», одну из которых необходимо выбрать стартапу для устойчивого развития;
В) модель выбора клиентом продукта, продажную цену, уникальность продукта, описание стартапа как поставщика и количество потенциальных покупателей;
Г) нет верного ответа;
Д) все ответы верные.
40. Стадии развития стартапа:
А) поиск PRODUCT/MARKET FIT (идея – MVP) – соответствие продукта рынку – рост – «Долина смерти» – укрепление позиций, дальнейший рост – масштабирование, захват рынков – IPO;
Б) идея – PRESEED – SEED – раунд А – раунд В – раунд С – раунд D – IPO;
В) идея – стартап – разработка – тестирование – стабилизация – масштабирование;
Г) зарождение – первая версия продукта – доработка продукта – тестирование бизнес-модели – стабильная монетизация – масштабирование бизнеса (расширение базы клиентов, выход на новые рынки)
Д) нет верного ответа;
Е) все ответы верные.
41. Венчурное финансирование относится к:
А) собственным финансовым средствам;
Б) заемным финансовым средствам;
В) привлеченным финансовым средствам;
Г) внутренним финансовым средствам.
42. Что из перечисленного не является особенностью бизнес-ангельского финансирования инновационной деятельности?
А) требование доли в собственности компании;
Б) вера в команду и идею;
В) использование собственных средств инвестора;
Г) предоставление денежных средств на безвозмездной основе.
43. Что из перечисленного не является особенностью краудфандинга как источника финансирования?
А) отсутствие географических ограничений;
Б) контрольный пакет всегда остается за предпринимателем;
В) эффективность на ранних стадиях развития проекта;
Г) нет верного ответа.
44. Среди общих характеристик бизнес-ангелов и венчурных фондов как источников финансирования инновационной деятельности можно выделить следующий признак:
А) финансируют только компании на стадии start-up;
Б) являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании;
В) денежные средства предоставляются на безвозмездной основе;
Г) нет верного ответа.
45. Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:
А) фондовые рынки;
Б) личные сбережения;
В) венчурные фонды;
Г) нет верного ответа.
46. Анализ рисков инновационного проекта представляет собой:



- А) часть маркетинговой стратегии компании;
Б) блок стратегического позиционирования будущего бизнеса;
В) вид анализа, позволяющий компании оценить вероятности ухудшения итоговых показателей бизнеса;
Г) нет верного ответа.
47. Риски забастовок персонала предприятия следует отнести к:
А) рыночным рискам;
Б) технологическим рискам проекта;
В) управленческим и социальным рискам проекта;
Г) нет верного ответа.
48. Неправильное определение целевой аудитории, неудачная рекламная компания, неправильный прогноз спроса на услуги следует отнести к:
А) рискам внешней среды проекта;
Б) рискам НИОКР;
В) рыночным рискам проекта;
Г) нет верного ответа.
49. Технические неполадки используемого на производстве электрооборудования, бытовых приборов, сантехнического оборудования следует отнести к:
А) рискам внешней среды проекта;
Б) производственным рискам;
В) рискам НИОКР;
Г) нет верного ответа.
50. Возникновение недовольства среди жителей района расположением гостиницы, которую Вы построили, следует отнести к:
А) рискам внешней среды проекта;
Б) производственным рискам;
В) технологическим рискам;
Г) управленческим и социальным рискам проекта.

6.4. Критерии оценивания

Тест

Оценка: не зачтено - менее 60% правильных ответов,
зачтено - более 60% правильных ответов

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Глухих П.Л.	Технологическое предпринимательство: учебное пособие (https://znanium.ru/catalog/document?id=453946)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025	ЭБС
Л1.2	Уланов В. Л., Лашкова Е. Г., Иванова Е. В.	Технологическое предпринимательство: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/569235)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС
Л1.3	Спиридонова Е. А.	Создание стартапов: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/569604)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС
Л1.4	Спиридонова Е. А.	Управление инновациями: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/564670)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.5	Бобков Л.В., Горфинкель В.Я., Захаров П.Н., Проскурин В.К., Попадюк Т.Г., Прасолова В.П., Родионова Н.В., Смирнов С.Е., Соколова И.С., Скамай Л.Г., Чернышев Б.Н.	Бизнес-планирование: учебник (https://znanium.ru/catalog/document?id=455609)	Москва : Вузовский учебник, 2025	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Двоглазов В. В.	Технологическое предпринимательство и управление проектами: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714629)	Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2023	ЭБС
Л2.2	Двоглазов В. В., Белокур О. С., Васильева Н. В., Луговнина С. М., Попова Н. Н.	Технологическое предпринимательство и управление проектами: практикум (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718017)	Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2024	ЭБС
Л2.3	Токарев Б. Е.	Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата: монография (https://znanium.com/catalog/document?id=431763)	Москва : Издательство "Магистр", 2024	ЭБС
Л2.4	Матвеева Л.Г., Никитаева А.Ю.	Управление инновациями в цифровой экономике: учебник (https://znanium.ru/catalog/document?id=455597)	Ростов-на- Дону : Издательство Южного федерального университета (ЮФУ), 2024	ЭБС

7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Алиев В.С.	Бизнес-планирование: практикум с использованием программы Project Expert: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=437196)	Москва : ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2024	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"



- Э1
1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: <http://e.lanbook.com/>.
 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПабблишинг. – URL: <http://biblioclub.ru/>.
 3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru>.
 4. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. – URL: <https://www.book.ru/>.
 5. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.
 6. Znaniium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: <http://znaniium.com/>.

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Reader

LMS Moodle

Microsoft Office Professional Plus 2013 (Лицензия Троицкого филиала)

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. ELIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – URL: <http://elibrary.ru>
- 2.ИНФОРМИО [Электронный ресурс] : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно-практическими материалами]. – URL: <http://www.informio.ru/>.
- 3.Национальная электронная библиотека (НЭБ) [Электронный ресурс] : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>.
- 4.Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система : база данных URL: <https://www.consultant.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, практических (семинарских) занятий,

текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория учебного корпуса ЧелГУ

основное оборудование: учебная и специализированная мебель, компьютер, мультимедийный проектор

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания должны раскрывать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению дисциплины «Технологическое предпринимательство», практических занятий, и практическому применению изучаемого материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д. Методические указания должны мотивировать обучающегося к самостоятельной работе и не подменять учебную литературу.

При изучении темы в рамках практического занятия и разрешения конкретной задачи необходимо:

- ознакомиться с заданием к практическому занятию, определить примерный объем работы по подготовке к нему;
- ознакомиться с перечнем законодательных и иных актов, литературных источников, рекомендуемых для изучения;
- при ответах на вопросы и решении задач, необходимо внимательно прочитав их текст, попытаться дать аргументированное объяснение с обязательной ссылкой на соответствующую правовую норму.

Самостоятельная работа обучающихся, предусмотренная учебным планом, должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать их на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы составляются по всем разделам и темам, по которым предусмотрены лекционные и практические занятия, с целью дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.

Задания по самостоятельной работе могут быть оформлены в виде таблицы с указанием конкретного вида самостоятельной работы:

- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературы), подготовка



докладов на практических занятиях и решение задач.

Самостоятельная работа предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: конспектирование научной литературы, законодательной и другой нормативно-правовой документации, сбор и анализ практического материала в СМИ, проектирование и выполнение задач, подготовка и защита докладов и пр. Выбор форм и видов самостоятельной работы определяются индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и обучающимися.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации. При этом проводятся: устный и письменный опрос на практических занятиях, заслушивание докладов, решение задач.

Если в процессе самостоятельной работы возникают затруднения (непонимание отдельных положений дисциплины, трудности в выполнении заданий и др.), обучающемуся следует обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему занятия в соответствующей группе.

Форма контроля знаний по окончании изучения дисциплины – зачет.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.