



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Л.Н. Санникова

20.02.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Направление подготовки (специальность)
39.04.02 Социальная работа

Направленность (профиль/специализация) программы
Организация и управление в социальной работе

Уровень высшего образования - магистратура

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Социальной работы и психолого-педагогического образования
Курс	1

Магнитогорск
2024 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 80)


Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования

24.01.2024г. протокол № 5


Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО

20.02.2024 г. протокол № 7

Председатель  Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры СРиППО, канд. пед. наук  А.С. Каминский

Рецензент:

зам. директора по социальным вопросам МУ «Комплексный центр социального обслуживания населения» Правобережного района г. Магнитогорска Челябинской области, канд. пед. наук  Н.Ю. Андрусyak



Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Поиск новых идей – это только начало пути предпринимателя – инноватора. В данном курсе от обучающегося требуется не только умение творчески мыслить и находить новые решения, но и понимать расстановку сил, действующих в сложившейся обстановке. Отсутствие финансовых средств на разработку инновационных продуктов является одним из наиболее серьезных препятствий для малых предприятий, стремящихся работать в инновационной сфере, поскольку главной головной болью предпринимателя во все времена остается проблема: где взять деньги? И эта проблема на сегодня решается с большим трудом. Поэтому, приступая к реализации нового проекта, необходимо тщательно взвесить все «за» и «против».

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Инновационное предпринимательство входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Социальное проектирование и моделирование

Профилактика конфликтов в трудовом коллективе

Профессиональная культура руководителя социальной службы

Основы научной коммуникации

Информационные технологии в социальной сфере

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Квалитология в социальной работе

Объектно- и субъектно-ориентированные CASE-технологии в социальной работе

Управление проектами в профессиональной сфере

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Инновационное предпринимательство» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления
УК-2.2	Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
УК-2.3	Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы
УК-2.4	Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта
УК-2.5	Предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-3.1	Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной

	цели
УК-3.2	Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, организует и корректирует работу команды, дает обратную связь по результатам
УК-3.3	Организует обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 4,4 академических часов;
- аудиторная – 4 академических часов;
- внеаудиторная – 0,4 академических часов;
- самостоятельная работа – 99,7 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 академических часов

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Инновации: понятия и подготовка. Формирование и развитие команды								
1.1 Что такое «инновации» 1. Какие бывают инновации 2. Какие функции выполняют инновации 3. Как работает инновационный процесс 4. Что такое «жизненный цикл инновации»		1		1	11,1	Подготовка к семинарским занятиям. Самостоятельное изучение учебной и научной литературы.	Семинарское занятие, устный опрос (собеседование)	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
1.2 Подготовка инновационного проекта. 1. Где найти инновационную идею. 2. Как выбрать приоритетные направления исследований и разработок. 3. Как создать «портфель» инновационных проектов. 4. Как разработать инновационную стратегию Вашего бизнеса.	1				11	Подготовка к семинарским занятиям. Самостоятельное изучение учебной и научной литературы. Разработка индивидуального проекта (по теме исследования)	Семинарское занятие, защита проекта (по теме исследования)	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
1.3 Формирование и развитие команды 1. Как создать команду? 2. Командный лидер. 3. Распределение ролей в команде. 4. Как мотивировать команду? Командный дух. 5. Развитие команды.		1		1	10,9	Работа с литературой, источниками. Обработка и интерпретация результатов методик, выполненных на практическом занятии	Оценка, схематизация и анализа материала. Паспорт-алгоритм методик, выводы по результатам методик	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
Итого по разделу		2		2	33			

2. Маркетинг инноваций. Управление инновациями и организационные формы инновационной деятельности							
2.1 Маркетинг инноваций 1. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций. 2. Как оценить инновационный потенциал организации. 3. Как проанализировать спрос на научно-техническую продукцию. 4. Как создать конкурентные преимущества для Вашего инновационного продукта. 5. Что такое «фронтирование» рынка в инновационном бизнесе. 6. Как работает стратегический инновационный маркетинг. 7. Как работает оперативный инновационный маркетинг.				11	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.2 Управление инновациями в малом бизнесе 1. Что такое «инновационный менеджмент». 2. Как организовать инновационный менеджмент на малом предприятии. 3. Современные практические приемы инновационного менеджмента. 4. Управление рисками в инновационном менеджменте.	1			11	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.3 Выбор организационных форм инновационной деятельности. 1. Формирование инновационных подразделений. 2. Формы малого инновационного предпринимательства. 3. Межфирменная научно-техническая кооперация в инновационных процессах.				11	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
Итого по разделу				33			
3. Инновационная деятельность: финансирование, экспертиза, юридические аспекты							

3.1 Финансирование инновационной деятельности. 1. Источники и формы финансирования инноваций. 2. Инновационная деятельность как объект инвестирования. 3. Возможности привлечения донорского финансирования инновационных проектов.	1			11	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
3.2 Экспертиза инновационных проектов. 1. Показатели инновационной деятельности организации 2. Основные приемы экспертизы инновационных проектов. 3. Оценка эффективности инновационных проектов. 4. Оценка эффективности инновационной деятельности.				11	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
3.3 Юридические аспекты инновационной деятельности 1. Содержание и направление инновационной политики РФ. 2. Инновационная политика хозяйствующего субъекта. 3. Вопросы патентной защиты инновационных продуктов.				11,7	Работа с литературой, источниками	Оценка, схематизация и анализ материала	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
Итого по разделу			33,7				
Итого за семестр	2		2	99,7		зачёт	
Итого по дисциплине	2		2	99,7		зачет	

5 Образовательные технологии

В ходе освоения курса предусмотрено использование различных образовательных и информационных технологий и соответствующих форм обучения: традиционные образовательные технологии (информационная лекция, семинар – беседа); технологии проблемного обучения (практическое занятие на основе кейс-метода, проблемная лекция); игровые технологии (деловая игра, ролевая игра); технологии проектного обучения (творческий проект студентов); интерактивные технологии (лекция-беседа, лекция-дискуссия, семинар-дискуссия).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Вотчель, Л. М. Основы бизнеса и предпринимательства : учебное пособие [для вузов] / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2020. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-1846-7. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2720>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Предпринимательство : учебник / Н.Н. Ползунова, Н.В. Родионова, Н.В. Моргунова [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук Н.Н. Ползуновой, д-ра экон. наук Н.В. Родионовой. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 413 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1852443. - ISBN 978-5-16-017418-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852443>. – Режим доступа: по подписке.

б) Дополнительная литература:

1. Вотчель, Л. М. Предпринимательство как способ коммерциализации инновационных проектов : монография / Л. М. Вотчель, М. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1530>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Гурьянова, И. В. Управление командой и стратегией лидерства : учебное пособие [для вузов] / И. В. Гурьянова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2022. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2529-8. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/3310>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Предпринимательство и стартапы : практическое руководство / М. Андрессен, С. Бланк, Т. Батлер [и др.]. - Москва : Альпина Паблицер, 2023. - 156 с. - ISBN 978-5-9614-7479. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138707>. – Режим доступа: по подписке.

4. Свиридова, Г. С. Инновационный менеджмент : учебное пособие / Г. С. Свиридова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20935>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

5. Технология командообразования и саморазвития : учебно-методическое

пособие / [И. В. Гурьянова, Н. А. Кобзева, И. В. Лапчинская и др.] ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - [URL: https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1742](https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1742). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Методические указания для студентов по подготовке к учебной и научно-исследовательской работе. Сост. Е.В. Олейник, С.Н. Испулова, С.А. Бурилкина. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн.ун-та им. Носова, 2019. - 46 с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/MP0109/Web

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Центр дистанционных образовательных технологий

1. Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Стол рабочий – 4 шт.

Стол компьютерный – 1 шт.

Стол одно тумбовый – 1 шт.

Стул с откидным столиком (пюпитром) – 20 шт.

Кресло «Престиж» - 6 шт.

Компьютер персональный - 5шт,

ИБП APC Back-UPS 500VA - 5шт,

Настольный спикерфон Plantronocs Calistro 620 - 4 шт,

Документ камера Aver Media Aver Vision U15- 5шт,

Графический планшетWacomIntuosPTH-851 - 3шт,

Веб-камера Logitech HD Pro C920 Lod-960-000769- 4шт,

Система настольная акустическая Geni-us SW-S2/1 200RMS - 4 шт,

Видеокамера купольная Praxis PP-2010L 4-9 - 5шт,

Аудиосистема с петличным радио микрофоном Arthur Forty U-960B – 1 шт,

Система интерактивная Smart Board 480 (экран+проектор) - 1 шт,

Поворотная веб-камера с потолочным подвесом Logitech BCC950 loG-960-000867–

1шт,

Комплект для передачи сигнала- 1 шт,

Пульт управления презентацией Logitech Wireless Presenter R 400 - 1 шт,

Усилитель мощности звуковой волны BOSE -1 шт,

Компьютер персональный для диспетчера - 1 шт,

МФУ Canon- 1шт,

Стереогарнитура (микрофон+наушники) Plantronics Entera)- 4 шт,

Видеорегистратор с жестким диском - 1 шт,

Коммутатор доступа Qtech QSW-2800-28TAC - 1 шт.

2. Стол компьютерный – 10 шт.

Стол письменный – 1 шт.

Стул офисный – 20 шт.

Стул – 15 шт.

Документ-камера Epson – 8 шт.

Источник бесперебойного питания POWERCOMIMD-1500AP – 9 шт.

Камера высокого разрешения – 1 шт.

Компьютер персональный (типб) – 9 шт.

Проектор View Sonic PJD7526W– 1 шт.

Спикерфон настольный Calisto-620 Plantronics – 9 шт.

Веб-камера Logitech C920 – 9 шт.

Система акустическая настольная – 9 шт.

Стереогарнитура (микрофон с шумоподавлением) – 9 шт.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Перечень вопросов к зачету

1. Какие бывают инновации?
2. Какие функции выполняют инновации.
3. Как работает инновационный процесс.
4. Что такое «жизненный цикл инновации».
5. Где найти инновационную идею.
6. Как выбрать приоритетные направления исследований и разработок.
7. Как создать «портфель» инновационных проектов.
8. Как разработать инновационную стратегию Вашего бизнеса.
9. Как оформить инновационный проект.
10. Как создать команду?
11. Командный лидер.
12. Распределение ролей в команде.
13. Как мотивировать команду? Командный дух.
14. Развитие команды.
15. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций.
16. Как оценить инновационный потенциал организации.
17. Как проанализировать спрос на научно-техническую продукцию.
18. Как создать конкурентные преимущества для Вашего инновационного продукта.
19. Что такое «фронтирование» рынка в инновационном бизнесе.
20. Как работает стратегический инновационный маркетинг.
21. Как работает оперативный инновационный маркетинг.
22. Что такое «инновационный менеджмент».
23. Как организовать инновационный менеджмент на малом предприятии.
24. Современные практические приемы инновационного менеджмента.
25. Управление рисками в инновационном менеджменте.
26. Формирование инновационных подразделений.
27. Формы малого инновационного предпринимательства.
28. Межфирменная научно-техническая кооперация в инновационных процессах.
29. Источники и формы финансирования инноваций.
30. Инновационная деятельность как объект инвестирования.
31. Возможности привлечения донорского финансирования инновационных проектов.
32. Показатели инновационной деятельности организации
33. Основные приемы экспертизы инновационных проектов.
34. Оценка эффективности инновационных проектов.
35. Оценка эффективности инновационной деятельности.
36. Содержание и направление инновационной политики РФ.
37. Инновационная политика хозяйствующего субъекта.
38. Вопросы патентной защиты инновационных продуктов.

Тесты для самопроверки

К разделу 1

1. Под инновацией (англ. innovation — нововведение, новаторство) мы понимаем:

1) «инвестицию в новацию» как результат практического освоения нового

процесса, продукта или услуги

- 2) какое-то новшество, которого не было раньше
- 3) новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей и т.п.

2. Инновационная деятельность или инновационный процесс – это:

- 1) Процесс создания, освоения и распространения инноваций
- 2) Инновационный продукт
- 3) Изобретение новых приборов, механизмов, инструментов, созданных человеком

3. По типу новизны для рынка инновации делятся на:

- 1) Новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия (группы предприятий)
- 2) Инновации, вызванные развитием науки и техники; инновации, вызванные потребностями производства; инновации, вызванные потребностями рынка
- 3) Инновации на входе предприятия, инновации на выходе предприятия, инновации системной структуры предприятия

4. По стимулу появления (источнику) можно выделить:

- 1) Инновации, вызванные развитием науки и техники; инновации, вызванные потребностями производства; инновации, вызванные потребностями рынка
- 2) Новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия (группы предприятий)
- 3) Инновации на входе предприятия, инновации на выходе предприятия, инновации системной структуры предприятия

5. По месту в системе (на предприятии, в фирме) можно выделить:

- 1) Инновации на входе предприятия, инновации на выходе предприятия, инновации системной структуры предприятия
- 2) Новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия (группы предприятий)
- 3) Инновации, вызванные развитием науки и техники; инновации, вызванные потребностями производства; инновации, вызванные потребностями рынка

6. Можно сказать, что инновация выполняет следующие основные функции:

- 1) Воспроизводственную, инвестиционную, стимулирующую
- 2) Изобретательскую, классификационную, инвестиционную
- 3) Образовательную, стимулирующую, удовлетворяющую

7. При реализации инновации, предложенной к продаже, происходит:

- 1) Обмен «деньги – инновация»
- 2) Обмен «товар – деньги»
- 3) Обмен «изобретение – внедрение»

8. Внедряя инновации в практику предпринимательской деятельности, очень важно знать, какие факторы способны затормозить или ускорить инновационный процесс. К социально-психологическим и культурным факторам относятся:

- 1) Соппротивления переменам; моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда
- 2) Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных

мощностей, доминирование интересов текущего производства

3) Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства

9. Под инновационной стратегией компании обычно понимают:

- 1) Стратегию использования нововведений
- 2) Процесс принятия долгосрочных решений
- 3) Процесс принятия краткосрочных решений

10. Выделяют четыре основные типы инновационных стратегий: наступательная, оборонительная, имитационная, стратегия «ниши».

Наступательная стратегия:

- 1) Характерна для фирм, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции
- 2) Направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции фирмы на уже имеющихся рынках
- 3) Используется фирмами, имеющими сильные рыночные и технологические позиции

11. Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе:

- 1) Рабочие строительной бригады
- 2) Работники парикмахерской
- 3) Пассажиры поезда

12. Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера:

- 1) Умение правильно распределять роли
- 2) Харизма
- 3) Либерализм

13. На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:

- 1) Да, если время и место было согласовано со всеми заранее
- 2) Однозначно, да
- 3) Нет, это объективные причины

14. В группе низкая экспансивность, это:

- 1) Мешает сформировать команду
- 2) Помогает сформировать команду
- 3) Никак не скажется на формировании команды

15. Работа в команде имеет следующее преимущество:

- 1) Повышает креативность
- 2) Упрощает процесс распределения прибыли
- 3) Снижает время на принятие решений

16. Создание онлайн команды (без очных встреч):

- 1) Возможно
- 2) Неизбежно
- 3) Невозможно

17. К заповедям формирования командного духа относится:

- 1) Совместная работа
- 2) Безоговорочное подчинение
- 3) Отказ от увольнения работников

18. Командный дух предполагает...

- 1) Чувство общности

- 2) Четкое выполнение инструкций
- 3) Отсутствие лидера

К разделу 2

1. Любая мотивация состоит из четырех элементов, к которым относятся:
 - 1) цель, мотивы, факторы, стремление к достижению цели
 - 2) мотивы, факторы, стремление к достижению цели, задачи
 - 3) цель, факторы, стремление к достижению цели, успешность деятельности
2. Конкурентоспособность нового продукта (или технологии):
 - 1) означает способность его в определенный период времени соответствовать запросам и требованиям рынка и быть выгодно проданным при наличии на рынке предложений других аналогичных продуктов (или технологий)
 - 2) это мотивы создания и продажи инноваций обусловленные целым рядом факторов
 - 3) это свойства продукта, представляющие интерес для покупателей
3. Целью покупки инновации является:
 - 1) получение хозяйствующим субъектом денежных средств в будущем за счет реализации им новых продуктов или технологий, купленных сегодня
 - 2) повышение конкурентоспособности и имиджа хозяйствующего субъекта
 - 3) получение в перспективе дохода на капитал, вложенный сегодня
4. Инновационный потенциал организации – это:
 - 1) степень ее готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. степень готовности к реализации инновационного проекта или программа инновационных преобразований и внедрения инноваций
 - 2) постановка инновационной цели и характеристики степени готовности к реализации инновационного проекта
 - 3) программа инновационных преобразований и внедрения инноваций
5. Рыночный спрос на товар – это:
 - 1) то количество товара, которое может быть куплено определенной группой потребителей в указанном регионе, в заданный отрезок времени, в рамках конкретной маркетинговой программы
 - 2) это часть совокупного рыночного спроса, приходящаяся на товар данной компании при различных уровнях маркетинговых расходов
 - 3) одно из важнейших направлений деятельности инновационных компаний
6. Фронтирование рынка или фронтинг – это:
 - 1) операция по захвату рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка
 - 2) решение целого комплекса аналитических и операционных задач
 - 3) выход на рынок, уже занятый другим хозяйствующим субъектом
7. Субъектом управления может быть:
 - 1) один или группа работников, которые осуществляют целенаправленное функционирование объекта управления
 - 2) инновации, инновационный процесс и экономические отношения между участниками рынка инноваций
 - 3) передача информации и представляет собой процесс управления
8. К функциям объекта управления относятся:

- 1) рисковое вложение капитала, организация инновационного процесса, организация продвижения инноваций на рынке и ее диффузии
- 2) побуждение работников к заинтересованности в результатах своего труда по созданию и реализации инноваций, проверка организации инновационного процесса, плана создания и реализации инноваций и т.п
- 3) согласованность работ всех звеньев системы управления, аппарата управления и отдельных специалистов, комплекс мероприятий по выработке плановых заданий в инновационном процессе и по воплощению их на практике

9. Реинжиниринг – это:

- 1) фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений современных показателей деятельности компаний, таких как стоимость, качество, сервис и темпы
- 2) приемы инновационного менеджмента
- 3) управление инновацией

11. При применении бенч-маркинга важное значение имеет преодоление «психологической закомплексованности» руководителей и специалистов, а именно:

- 1) самоуспокоенности руководителя достигнутыми результатами; нежелания рисковать денежными средствами; страх, что сделать лучше, чем конкурент, очень трудно или невозможно из-за больших затрат всех ресурсов
- 2) сбор необходимой для сравнения информации по конкурентам и анализ полученной информации
- 3) осуществлением контроля за ходом проведения изменений и окончательной оценке качества изменений конкретных функций бизнеса

12. Внешние ценообразующие факторы:

- 1) отражают влияние внешней среды по отношению к производителю или продавцу инноваций
- 2) отражают прежде всего финансовую и производственную деятельность производителя инновации или ее продавца
- 3) отражают прежде всего финансовую и производственную деятельность покупателя и потребителя

13. Все риски делят на две большие группы:

- 1) чистые риски и спекулятивные риски
- 2) риски ошибочного выбора инновационного проекта и риски усиления конкуренции
- 3) риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования и риски, связанные с недостаточным уровнем кадрового обеспечения

14. Первые бизнес-инкубаторы в России были рассчитаны:

- 1) в основном на поддержку прикладных технологий
- 2) больше внимания уделять поддержке инновационных организаций
- 3) финансировать инновационную деятельность за счет других направлений работы бизнес-инкубатора и его малых оргструктур

15. Различают горизонтальные и вертикальные научно-технические альянсы. Что представляет из себя горизонтальные научно-технические альянсы:

- 1) это фирмы одной отрасли

- 2) это фирмы разных отраслей
- 3) это комбинированные фирмы

К разделу 3

1. Источниками финансирования инновационной деятельности могут быть:

- 1) все перечисленное
- 2) предприятия, финансово-промышленные группы, малый инновационный бизнес
- 3) инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления, частные лица

2. По видам собственности источники финансирования делятся на: государственные инвестиционные ресурсы и инвестиционные.

Инвестиционные источники финансирования – это:

- 1) ресурсы хозяйствующих субъектов, а также общественных организаций, физических лиц и т.д.
- 2) бюджетные средства, средства внебюджетных фондов
- 3) государственные заимствования, пакеты акций, имущество государственной собственности

3. На уровне государства и субъектов Федерации источниками финансирования являются:

- 1) собственные средства бюджетов и внебюджетных фондов; привлеченные средства государственной кредитно-банковской и страховой систем; заемные средства в виде внешнего (международных заимствований) и внутреннего долга государства (государственных облигационных и прочих займов)
- 2) собственные средства (прибыль, амортизационные отчисления, страховые возмещения, нематериальные активы, временно свободные основные и оборотные средства); привлеченные средства, полученные от продажи акций, а также взносы, целевые поступления и пр.;
- 3) заемные средства в виде бюджетных, банковских и коммерческих кредитов

4. Как правило, инвестору бывает весьма сложно выбрать вариант из предложенных инновационных проектов. Поэтому для минимизации проектных рисков и оптимизации параметров успешности проекта наиболее широко применяется:

- 1) портфельный подход
- 2) венчурный подход
- 3) интеграционный подход

5. К специфическим рискам инновационных проектов, можно отнести: научно-технические риски, риски правового обеспечения проекта, риски коммерческого предложения. Укажите риски, которые относятся к научно-техническим рискам:

- 1) отрицательные результаты НИР; отклонения параметров ОКР; несоответствие технического уровня производства техническому уровню инновации
- 2) ошибочный выбор территориальных рынков патентной защиты; недостаточно «плотные» патентные защиты; неполучение или запаздывание патентной защиты
- 3) несоответствие рыночной стратегии фирмы существующим условиям; отсутствие поставщиков необходимых ресурсов и комплектующих;

невыполнение поставщиками обязательств по срокам и качеству поставок

6. Показатели, наиболее широко применяемые в отечественной и зарубежной практике и характеризующие инновационную активность организации, ее инновационную конкурентоспособность, можно разбить на следующие группы: затратные; по времени; обновляемости; структурные. Затратные показатели – это:

- 1) удельные затраты на НИОКР в объеме продаж, которые характеризуют показатель наукоемкости продукции фирмы; удельные затраты на приобретение лицензий, патентов, ноу-хау; затраты на приобретение инновационных фирм; наличие фондов на развитие инициативных разработок
- 2) показатель инновационности ТАТ; длительность процесса разработки нового продукта (новой технологии); длительность подготовки производства нового продукта; длительность производственного цикла нового продукта
- 3) количество разработок или внедрений нововведений-продуктов и нововведений-процессов; показатели динамики обновления портфеля продукции (удельный вес продукции, выпускаемой 2, 3, 5 и 10 лет); количество приобретенных (переданных) новых технологий (технических достижений); объем экспортируемой инновационной продукции; объем предоставляемых новых услуг

7. Описательный метод экспертизы инновационных проектов широко распространен во многих странах:

- 1) его суть состоит в том, что рассматривается потенциальное воздействие результатов осуществляемых проектов на ситуацию на определенном рынке товаров и услуг. Получаемые результаты обобщаются, составляются прогнозы и учитываются побочные процессы
- 2) это метод сравнения положений «до» и «после» позволяет принимать во внимание не только количественные, но и качественные показатели различных проектов
- 3) в этом методе обращается внимание на сравнимость потенциальных результатов осуществляемого проекта, что составляет одно из требований проверки экономической обоснованности конкретных решений по финансированию краткосрочных и быстрокупаемых проектов

8. Что осуществляет Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ)?

- 1) экспертизу проектов в области гуманитарных и общественных наук
- 2) итоговое заключение эксперта по проекту
- 3) оценивает проекты с учетом анализа научного содержания

9. Период окупаемости (РР) является одним из наиболее распространенных показателей оценки эффективности инвестиций. Что он из себя представляет?

- 1) все ответы верные
- 2) он представляет собой временной интервал, за пределами которого чистая текущая стоимость (NPV) становится положительной величиной
- 3) это число лет, необходимых для возмещения вложенных инвестиций

10. Инновационная политика государства представляет собой:

- 1) все ответы верные
- 2) совокупность методов воздействия государства на производство с целью выпуска новых видов продукции и технологии
- 3) расширения рынков сбыта отечественных товаров

11. Инновационная политика государства учитывает:

- 1) возможности и интересы всех субъектов инновационной деятельности, что способствует переустройству и подъему экономики России
- 2) возможности и интересы крупных субъектов инновационной деятельности, что способствует переустройству и подъему экономики России
- 3) возможности и интересы малых субъектов инновационной деятельности, что способствует переустройству и подъему экономики России

12. Целью инновационной политики предприятия является:

- 1) разработка непосредственно инновационного проекта, в котором необходимо обосновать его экономическую целесообразность
- 2) разработка инновационной политики
- 3) разработка совокупности направлений и методов воздействия хозяйствующего механизма на производство новых видов продукта и технологий

13. Разработка инновационной политики предприятия представляет собой достаточно сложный процесс, который включает в себя три основных аспекта: выбор направления инновационной политики, стратегическое планирование инноваций, оперативное планирование инновации. Выбор направления инновационной политики – что происходит на этом этапе?

- 1) Ваша задача состоит в том, чтобы проанализировать варианты возможной будущей обстановки на рынке и спрогнозировать Ваши возможные цели в будущем
- 2) Вы должны разработать варианты альтернативных путей и средств достижения выбранных Вами на предыдущем этапе целей
- 3) инновационный проект разбивается на отдельные этапы. В составе полученных этапов Вы должны запланировать отдельные мероприятия, целью которых является реализация разработанной Вами стратегии

14. Существует несколько методов выбора направления инновационной политики: метод написания сценариев, метод игр, метод Дельфи. Что представляет из себя метод написания сценариев?

- 1) данный метод заключается в подготовке детального плана осуществления инновации
- 2) представляет собой особый вид моделирования ситуации с любым числом участников, каждый из которых играет некую роль, отведенную ему сценарием, и подчиняется набору определенных правил
- 3) представляет собой метод прогноза возможных будущих событий, при котором Вы проводите индивидуальный опрос экспертов с использованием анкет для выяснения их мнения

15. Действие патента может быть прекращено досрочно в соответствии со ст. 29 Патентного закона РФ. Так, действие патента прекращается досрочно:

- 1) все ответы верны
- 2) на основании заявления, поданного патентообладателем в Роспатент
- 3) при неуплате в установленный срок пошлин за поддержание патента в силе и при признании патента недействительным полностью или частично

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		
УК-2.1:	<p>Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления</p>	<p>Вопросы для подготовки к зачету</p> <p>39. Какие бывают инновации?</p> <p>40. Какие функции выполняют инновации.</p> <p>41. Как работает инновационный процесс.</p> <p>42. Что такое «жизненный цикл инновации».</p> <p>43. Где найти инновационную идею.</p> <p>44. Как выбрать приоритетные направления исследований и разработок.</p> <p>45. Как создать «портфель» инновационных проектов.</p> <p>46. Как разработать инновационную стратегию Вашего бизнеса.</p> <p>47. Как оформить инновационный проект.</p> <p>48. Как создать команду?</p> <p>49. Командный лидер.</p> <p>50. Распределение ролей в команде.</p> <p>51. Как мотивировать команду? Командный дух.</p> <p>52. Развитие команды.</p> <p>53. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций.</p> <p>54. Как оценить инновационный потенциал организации.</p> <p>55. Как проанализировать спрос на научно-техническую продукцию.</p> <p>56. Как создать конкурентные преимущества для Вашего инновационного продукта.</p> <p>57. Что такое «фронтирование» рынка в инновационном бизнесе.</p> <p>58. Как работает стратегический инновационный маркетинг.</p> <p>59. Как работает оперативный инновационный маркетинг.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>60. Что такое «инновационный менеджмент».</p> <p>61. Как организовать инновационный менеджмент на малом предприятии.</p> <p>62. Современные практические приемы инновационного менеджмента.</p> <p>63. Управление рисками в инновационном менеджменте.</p> <p>64. Формирование инновационных подразделений.</p> <p>65. Формы малого инновационного предпринимательства.</p> <p>66. Межфирменная научно-техническая кооперация в инновационных процессах.</p> <p>67. Источники и формы финансирования инноваций.</p> <p>68. Инновационная деятельность как объект инвестирования.</p> <p>69. Возможности привлечения донорского финансирования инновационных проектов.</p> <p>70. Показатели инновационной деятельности организации</p> <p>71. Основные приемы экспертизы инновационных проектов.</p> <p>72. Оценка эффективности инновационных проектов.</p> <p>73. Оценка эффективности инновационной деятельности.</p> <p>74. Содержание и направление инновационной политики РФ.</p> <p>75. Инновационная политика хозяйствующего субъекта.</p> <p>76. Вопросы патентной защиты инновационных продуктов.</p>
УК-2.2:	<p>Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения</p>	<p>Практические задания</p> <p>Задание 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Задание 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Приведите несколько примеров изобретений, которые не смогли быть реализованы в коммерчески успешные продукты. 2. Как вы думаете, в чем основные причины этих неудач?

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>Задание 3</p> <p>Используя материалы лекции, объясните, как соотносятся возможности рынка и возможности компании, процесс генерирования идей, формирование бизнес-идеи и коммерциализация идеи.</p> <p>Задание 4</p> <p>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. 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.</p> <p>Определите:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Задание 5</p> <p>Попробуйте ответить на следующий простой тест. Поставьте галочки в каждой строке в соответствии с вашим ответом на вопрос (да, нет, не знаю). Если вы ответили «да» хотя бы на пять вопросов, вы вполне готовы формировать команду в удаленном режиме. Сделайте акцент на тех вариантах ответов, где вы указали «нет» или «не знаю», — возможно, вы обнаружите те проблемы и «узкие места», над которыми вам стоит поработать.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вы умеете четко формулировать свои мысли и стараетесь всегда понять мнение других? 2. В процессе онлайн-общения вы всегда остаетесь самим собой, не пытаетесь изобразить из себя кого-то другого?

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>3. Вы готовы сотрудничать с людьми, даже если знаете их не очень хорошо?</p> <p>4. Вы способны выслушать критику от малознакомых людей без встречных претензий и упреков, но и не впадая в отчаянье?</p> <p>5. Вы умеете сопереживать людям, которых никогда лично не видели?</p> <p>6. Вы выполните любое задание в срок, даже если никто вас не будет контролировать?</p> <p>Задание 6</p> <p>Выберите два-три лозунга для своей команды, которые, на ваш взгляд, помогут сформировать командный дух. Дайте обоснование выбору.</p> <p>Лозунги:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Победа любой ценой! 2. Порядок прежде всего! 3. Один за всех и все за одного! 4. Пленных не брать! 5. Каждый имеет право на ошибку! 6. Не боги горшки обжигают! 7. Все или ничего! 8. Свобода или смерть! 9. Без борьбы нет победы! 10. Через тернии к звездам! 11. Ни шагу назад! 12. Нет предела совершенству! 13. Лучшее — враг хорошего! 14. Здесь и сейчас! 15. Тише едешь, дальше будешь! <p>Задание 7</p> <p>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</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>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, используя знания, полученные на лекции, и дополнительные источники.</p> <p>Вопросы для проверки знаний:</p> <p>1. На какой тип лидерства ориентирована данная компания? Единоличное или командное лидерство? 2. Можно ли сказать, что в компании сформирован командный дух? Обоснуйте свое предположение. 3. Можно ли эту компанию назвать проектно-ориентированной? Основанной на командной работе? 4. Соответствует ли истине объявление о найме сотрудников? Этой компании действительно нужны креативные и инициативные сотрудники?</p> <p>Вопрос для обсуждения. Вы готовы принять предложение по трудоустройству в этой компании?</p> <p>Задание 8</p> <p>Команда из шести человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 50 человеко-часов. Заказ принес компании 1 200 000 рублей. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час.</p>
УК-2.3:	Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных	Практические задания Задание 1

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы</p>	<p>Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Задание 2</p> <p>Проведите анализ, какой этап является наиболее важным.</p> <p>К этапам маркетингового исследования относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формулирование проблемы. 2. Планирование исследования. 3. Сбор информации. 4. Анализ информации. 5. Подведение итогов. <p>Задание 3</p> <p>Укажите, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>Задание 4</p> <p>Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. Придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а так-же 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, нанолечения, суперконденсаторы, сверхъёмкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны. <p>Задание 5</p> <p>Микрокейс. Компания X при крупном университете в РФ разработала и коммерциализует технологию радикального повышения износоустойчивости металлических деталей путем специальной обработки поверхности. После обработки срок службы деталей увеличивается в восемь раз, а так-же резко уменьшается трение поверхностей (более подробную информацию по технологии см. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ids55.ru/nig/articles/normativnayabaza/1621--lsr--lr-----html.)</p> <p>В качестве стартового компания выбрала рынок автомобильных запчастей — один из</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства																
		<p>наиболее массовых рынков.</p> <p>Задание 6 Объясните, почему на рынке автомобильных запчастей компании X вряд ли удастся добиться успеха. Как повлияет внедрение данной технологии на выручку компаний, производящих запчасти?</p> <p>Задание 7 Для компании X сформулируйте гипотезу о том, на каких рынках и для каких клиентов данная технология может быть востребована. Объясните, почему. Выберите рынок, профильный для компании, на котором, по вашему мнению, «открытость» работы с внешними разработчиками наиболее велика.</p> <p>Задание 8 Вернемся к микрокейсу. Компания X при крупном университете в РФ разработала и коммерциализует технологию радикального повышения износостойчивости металлических деталей путем специальной обработки поверхности. После обработки срок службы деталей увеличивается в восемь раз, а так-же резко уменьшается трение поверхностей (более подробную информацию по технологии см. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ids55.ru/nig/articles/normativnayabaza/1621--lsl--lr-----html.) В качестве стартового компания выбрала рынок автомобильных запчастей — один из наиболее массовых рынков.</p> <p>Задание 9 Для компании X найдите три-четыре компании в РФ, которые могут быть потенциально заинтересованы в заказе НИОКР по описанной технологии. Заполните таблицу.</p> <p>Таблица – Форма заполнения таблицы</p> <table border="1" data-bbox="815 1289 2087 1422"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Название компании</th> <th>Краткое описание компании</th> <th>Сайт компании</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	№	Название компании	Краткое описание компании	Сайт компании												
№	Название компании	Краткое описание компании	Сайт компании															

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства						
		<p>Задание 10 Для компании X опишите, как и где вы будете искать контакты для предложения по коммерческому НИОКР. Изучите сайты компаний и приведите для каждой компании данные сотрудника, на которого нужно выходить для переговоров (смотри таблицу). Таблица – Форма заполнения таблицы</p> <table border="1" data-bbox="815 549 2087 612"> <thead> <tr> <th data-bbox="815 549 1032 580">Компания</th> <th data-bbox="1032 549 1294 580">Должность</th> <th data-bbox="1294 549 2087 580">ФИО</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="815 580 1032 612"></td> <td data-bbox="1032 580 1294 612"></td> <td data-bbox="1294 580 2087 612"></td> </tr> </tbody> </table> <p>Задание 11 Где найти необходимую информацию о грантодателях? Самым надежным и оперативным источником информации является Internet. В Internet существуют множество серверов, профессионально занимающихся сбором информации о конкурсах и информирующих о них всех желающих. Составьте список грантодателей.</p> <p>Задание 12 Как подготовить предварительную заявку? Очень важно, чтобы Ваша «предварительная заявка» была написана в предельно сжатой форме. Руководители донорских организаций ежегодно читают сотни заявок, некоторые из них насчитывают по 100 страниц, поэтому если Вы отправите «первичную заявку» на 3-5 страницах, Ваши шансы преодолеть этот барьер станут больше. Проанализируйте тему 3.1 пункт 3 и составьте «первичную заявку» на 3-5 страницах по тематике вашего диссертационного исследования.</p>	Компания	Должность	ФИО			
Компания	Должность	ФИО						
УК-2.4:	Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	<p>Практические задания</p> <p>Задание 1 Из приведенной ниже таблицы, выясните какие формы финансирования инновационной деятельности для отдельных предприятий являются наиболее доступными?</p> <p>Задание 2 В России среди наиболее авторитетных конкурсных программ, существующих более десяти лет на рынке, можно выделить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Предпринимательский конкурс инновационных проектов «Бизнес инновационных технологий», проводится под эгидой ВШЭ с 2003 года (http://www.bitkonkurs.ru/). • «Конкурс русских инноваций», проводится под эгидой журнала «Эксперт» с 2001 года (http://www.inno.ru). 						

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<ul style="list-style-type: none"> • Конкурс предпринимательских проектов «Формула успеха» (http://www.successformula.ru/), проводится под эгидой • Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (http://www.fasie.ru). <p>Проанализируйте отзывы потребителей услуг этих ресурсов и напишите свои рекомендации.</p> <p>Задание 3</p> <p>Обращаем Ваше внимание на то, что при разработке инновационной политики предприятия (учреждения различных форм собственности) Вам необходимо сделать следующее:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проверьте, соответствуют ли запланированные мероприятия выбранной Вами инновационной политики законодательным и нормативно-правовым вопросам регулирования инновационной деятельности в РФ. 2. Просчитайте, достигают ли экономического, научно-технического, экологического и социального эффектов рассматриваемые Вами инвестиции в данный проект. 3. Рассчитайте величину возможной прибыли на инвестируемый капитал. 4. По возможности используйте поддержку со стороны государства с целью повышения эффективности инвестиций в новации. 5. Старайтесь привлекать субсидии, гранты, льготные кредиты международных и иностранных организаций, банков, фондов и т.п.
УК-2.5:	Предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта	Практические задания: деловая игра, решение задач, разбор кейсов, направленных на решение задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
УК-3.1:	Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	<p>Практическое задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тест «Командные роли» Р.М. Белбина, методика MYERS-BRIGGS 2. Анализ конфликтных ситуаций (формула конфликта и динамика развития), определение мер профилактики обстоятельств, обуславливающих потребность работника в социальных услугах, мерах социальной помощи.
УК-3.2:	Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, организует и корректирует работу команды, дает обратную связь по результатам	<p>Практические задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление шаблонов и схем коллективных переговоров, применяемых в российской практике. 2. Разработка стратегии разрешения трудового спора с участием социальных партнеров (работа группами). 3. Возможные пути совершенствования механизмов участия работников в управлении организацией. 4. Подготовка к дискуссии на семинаре.
УК-3.3:	Организует обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов	<p>Практическое задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте собственные проблемы в общении. Наметьте возможные пути их преодоления. 2. Представить собственное портфолио, которое отражало бы видение Вами социально-партнерских отношений в будущей профессиональной деятельности, научно-исследовательской работе, общественной, культурно-творческой, спортивной и др. сферах (можно выбрать для себя приоритет).

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания
Контрольная работа по дисциплине «Инновационное предпринимательство»

Выполнение контрольных работ предполагает теоретическое знание основ курса «Инновационное предпринимательство», а также способность проводить аналитический обзор литературы по конкретной тематике. Контрольная работа оформляется отдельным файлом и оформляется – «КР_Фамилия_номер группы».

1. Первое задание предполагает составление бизнес-плана инновационного проекта (материал выбирается самостоятельно исходя из тематики дисциплины, проблематики диссертационного исследования, названия и профиля специальности 44.03.02. Психолого-педагогическое образование / Профиль Психолого-педагогическое сопровождение детей и семей / Профиль Психолого-педагогическое сопровождение обучающихся с ОВЗ), предприниматель (социальный предприниматель) может оказаться не готовым к трудностям, которые могут возникнуть при его реализации. Поэтому лучше не пожалеть времени и средств и заняться составлением бизнес-плана выбранного проекта. Правильно составленный бизнес-план проекта отвечает на самый главный для бизнесмена вопрос — стоит ли вкладывать деньги в этот проект и принесет ли он доходы, которые окупят все затраты сил и средств.

Задание предоставляется в электронном виде на образовательный портал. Объем работы составляет 7-20 (возможно более) листов, оформление текста – согласно требованиям ФГБОУ ВО МГТУ им.Г.И. Носова. При выполнении контрольной работы необходимо в первую очередь обратить внимание на изучение материала, содержащегося в научных журналах, монографиях, найденных самостоятельно и представленных в курсе, вышедших в свет в последние годы (7 лет).

Как оформить инновационный проект?

Помните, что составление бизнес-плана требует Вашего личного участия. Включаясь в эту работу лично, Вы можете как бы смоделировать свою будущую деятельность, проверяя целесообразность и обоснованность своего замысла.

Как должна выглядеть структура инновационного проекта?

Каждый инновационный проект должен содержать следующие основные разделы:

Раздел 1. Возможности фирмы (резюме).

Раздел 2. Определение инновационного проекта.

Раздел 3. Характеристика товаров (услуг).

Раздел 4. Рынки сбыта товаров (услуг).

Раздел 5. Конкуренция на рынках сбыта.

Раздел 6. План маркетинга.

Раздел 7. План производства.

Раздел 8. Организационный план.

Раздел 9. Юридическое обеспечение проекта.

Раздел 10. Экономический риск и страхование.

Раздел 11. Стратегия финансирования.

Раздел 12. Финансовый план.

Приложение.

Каковы требования к оформлению бизнес-плана?

Кроме основных разделов Ваш бизнес-план должен содержать следующее:

Титульный лист. На нем Вы должны указать наименование фирмы, ее адрес, название бизнес-плана проекта и дату составления.

В Содержании Вам необходимо указать цель бизнес-плана Вашего проекта и кратко описать его основные разделы (1-2 страницы).

Меморандум о конфиденциальности. Содержит предупреждение лиц, которые будут знакомиться с Вашим бизнес-планом, о конфиденциальности имеющейся в нем информации.

В Оглавлении Вы должны отразить перечень того, что включено в бизнес-план. Это позволит быстро находить необходимую информацию.

В Приложении рекомендуем Вам поместить информацию, которая носит вспомогательный характер (например, подробная техническая характеристика выпускаемой продукции, копии договоров, лицензий и т.д.).

Что должен содержать раздел «Возможности фирмы»?

Помните, что работа над резюме чрезвычайно важна, поскольку если он не произведет благоприятного впечатления, например на инвесторов, то дальше бизнес-план они просто не станут смотреть. В целом резюме должно дать ответы на два основных вопроса: «Каковы выгоды при успешной реализации этого бизнес-плана?» и «Каков риск потери денег?». Поэтому этот раздел Вы должны разрабатывать в самом конце составления бизнес-плана проекта, когда достигнута полная ясность по всем остальным разделам.

В этом разделе перед Вами стоит две задачи: первая — дать комплексное описание фирмы (указать реквизиты фирмы, описать ее финансовое состояние, вид деятельности, перечень и объемы выпускаемой продукции/услуг, рыночную нишу, клиентов, миссию и стратегию фирмы и т.д.) и вторая — показать возможности фирмы в реализации проекта и оценить его экономические выгоды для фирмы, т.е. указать цели фирмы вообще и предлагаемого проекта в частности, стратегию и состав мероприятий по ее реализации, описать новые товары/услуги, их преимущества и потенциальных клиентов, возможные источники финансирования проекта, а также финансовые результаты, которые могут быть получены, и перспективы дальнейшего развития бизнеса фирмы на основе данного проекта.

Что должен содержать раздел «Определение инновационного проекта»?

В данном разделе Вы должны дать характеристику выбранному фирмой проекту, которая должна осветить следующие вопросы: цель инновационного проекта, вид инноваций, экономические и финансовые выгоды фирмы от реализации данного проекта, основные этапы и срок жизни проекта, возможности фирмы по инвестированию проекта и гарантии возврата внешних инвестиций, риск и его страхование, а также коммерческую состоятельность данного инновационного проекта.

Что должен содержать раздел «Характеристика товаров (услуг)»?

В этом разделе дается подробная характеристика новых товаров/услуг и содержится следующее: перечень новых товаров/услуг, технико-экономические характеристики товаров и особенности их дизайна (желательно наглядное изображение), сравнение свойств товара с его конкурентом с указанием преимуществ и недостатков, информация о лицензии и сертифицированности, описание упаковки и фирменной марки, ожидаемый спрос, рынки сбыта и предпочтительные методы продаж, пред- и послепродажное обслуживание клиентов и т.д.

Что должен содержать раздел «Рынки сбыта товаров (услуг)»?

Данный раздел направлен на изучение потенциальных рынков и позволяет Вам четко представить рыночную нишу новых товаров/услуг. Таким образом, здесь необходимо дать подробную характеристику основных и перспективных рынков сбыта и спрогнозировать примерную долю фирмы на этих рынках, а также перспективы их сохранения и увеличения. Проанализируйте рынки по степени конкурентной борьбы и предложите оптимальную систему сбыта для наилучшего проникновения на эти рынки. Дайте оценку потенциальных потребителей (возраст, национальность, пол, доходы и т.д.) и опишите методы изучения их потребностей и спроса. Отрадите ожидаемую реакцию рынков на появление Ваших товаров/услуг, спрогнозируйте возможные изменения потребностей покупателей в дальнейшем и возможные изменения емкости рынков, а также то, как фирма предполагает реагировать на эти изменения.

Что должен содержать раздел «Конкуренция на рынках сбыта»?

Этот раздел необходимо посвятить анализу рыночной конъюнктуры, характеристике Ваших конкурентов, их стратегии и тактики. Здесь Вам нужно дать ответы на следующие вопросы: Является ли область деятельности Вашей фирмы новой и динамичной или же давно существующей и более инертной? Каково количество фирм, уже предлагающих похожие товары/услуги? (более подробно остановитесь на крупных фирмах-конкурентах). Какую часть рынка контролируют конкурирующие фирмы? Дайте оценку имиджу фирм-конкурентов, их организационным структурам, их доходам, эффективности используемой ими рекламы, проанализируйте существующий уровень цен. Какова конкурентоспособность Ваших новых товаров/услуг? А какие прежние товары этой группы следует снять с производства? Произведите подробную оценку преимуществ Вашей фирмы по сравнению с основными конкурентами по следующим критериям: характеристика производимых товаров/услуг, цены и скидки, используемые каналы сбыта и методы продвижения товаров на рынках. В результате этой оценки определите сильную сторону Вашей фирмы, которая станет предметом наиболее жесткой конкуренции.

В итоге Вы должны решить три основные задачи:

- сегментирования рынка;
- сравнительной оценки полученных сегментов и их отбор;
- позиционирования предлагаемого Вами нового товара/услуги в выбранных сегментах рынка.

Что должен содержать раздел «План маркетинга»?

В этом разделе Вам нужно объяснить потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы плана маркетинга осуществляемого проекта. Естественно, не стоит все детали плана маркетинга вставлять в бизнес-план, но следует обязательно включить такие пункты, как:

Цели и стратегии маркетинга осуществляемого проекта. Детализируйте цели маркетинга и определите конкретные стратегии маркетинга для достижения каждой из этих целей.

Ценообразование для новых товаров/услуг.

Схема распространения этих товаров/услуг. Решите такие вопросы, как надежные и рентабельные каналы сбыта, удобная схема транспортировки новых товаров, оптимальное расположение и емкость складов, размеры партий, контроль и перспективы развития сбытовой сети и т.д.

Методы стимулирования сбыта товаров/услуг. Здесь Вы должны указать, какие из методов предполагаете использовать. Это могут быть различные скидки, продажи в рассрочку и кредит, выставки-продажи, ярмарки, презентации и дегустации, бесплатные образцы на пробу, система стимулирования труда торговых посредников и т.д.

Организация послепродажного обслуживания клиентов.

Реклама предлагаемых товаров/услуг.

Формирование общественного мнения о фирме и предлагаемых товарах/услугах. В данном случае Вам необходимо продумать схему связи с общественностью, организацию встреч с представителями СМИ, участие в благотворительных акциях, членство в общественных ассоциациях и т.п. для создания положительного мнения о своей фирме.

Бюджет маркетинга.

Что должен содержать раздел «План производства»?

Главная задача этого раздела — доказать, что Вы действительно можете организовать эффективное производство. Для этого Вам необходимо определить потребность в производственных мощностях, материальных ресурсах, производственных площадях, технологиях и то, каким образом Вы собираетесь эти потребности удовлетворять. Также Вы должны принять решение об оптимальном месторасположении производства, современных методах планирования и организации производства, оптимальном уровне издержек и динамике их изменения, соблюдении требований защиты окружающей, утилизации отходов и т.д.

Что должен содержать раздел «Организационный план»?

В данном разделе Вы должны определить состав партнеров-участников осуществления проекта, спланировать их деятельность, а также предложить организационную структуру, способствующую наиболее эффективному достижению целей проекта. Мы рекомендуем Вам выделить следующие группы вопросов:

Организационная структура: состав и организационная схема взаимосвязей всех участников, система управления проектом, состав подразделений фирмы и их функции, формирование документационного комплекса проекта и т.д.

Рабочая сила: потребность в кадрах по профессиям и квалификациям, уровень зарплат, система стимулирования труда, обучение и повышение квалификации и т.д.

Административно-управленческий персонал: потребное количество и характеристика АУП, система персональной ответственности, система стимулирования труда и т.д.

Что должен содержать раздел «Юридическое обеспечение проекта»?

В данном разделе Вашей задачей является рассмотрение вопросов правового обеспечения осуществления проекта Вашей фирмы. В нем Вы должны привести полную информацию, связанную с созданием и регистрацией фирмы, ее организационно-правовой формой, формой собственности, принадлежностью капитала, учредительными документами, договорами и соглашениями с другими организациями, лицензиями и другими документами, которые необходимы для обеспечения деятельности предприятия по осуществлению проекта.

Что должен содержать раздел «Экономический риск и страхование»?

В этом разделе Вы должны информировать будущих инвесторов или кредиторов проекта о величинах возможных рисков на пути реализации проекта и о мерах защиты от их влияния. Таким образом, при написании данного раздела Вы должны осветить следующие моменты: перечень возможных групп рисков (природные, политические и т.д.), источники этих рисков и вероятные моменты их возникновения, планируемые организационные меры по профилактике и нейтрализации выявленных рисков, программа страхования от рисков и т.д.

Что должен содержать раздел «Стратегия финансирования»?

В данном разделе Вы должны объяснить, каким образом предполагаете финансировать рассматриваемый проект. Для этого Вам необходимо дать обоснованные ответы на следующие вопросы: Сколько финансовых средств потребуется? Откуда намечается их получить? Какова планируемая величина отношения заемных и собственных средств? Когда можно ожидать возврата вложенных в проект средств? Какова величина дохода инвесторов? Имеются ли возможности привлечения финансовых средств из Госбюджета? Сколько необходимо зарезервировать финансовых средств на покрытие непредвиденных расходов? И т.д.

Что должен содержать раздел «Финансовый план»?

В этом разделе Вам необходимо обобщить материалы всех предыдущих разделов в стоимостном выражении и определить экономическую целесообразность и эффективность рассматриваемого проекта для Вашей фирмы. Поэтому для анализа проекта и принятия окончательного решения Вы должны спрогнозировать, оценить и представить в бизнес-плане следующие данные:

- Объемы продаж товаров/услуг в результате реализации проекта.
- Капитальные затраты на осуществление проекта.
- Баланс текущих доходов и затрат на производство и реализацию товаров/услуг, показывающий как будет формироваться и изменяться прибыль во временном разрезе.
- Баланс денежных поступлений и расходов по проекту, позволяющий оценить, сколько денег и на каком этапе потребуется.
- Прогнозируемый баланс активов и пассивов всего предприятия с учетом осуществления проекта, позволяющий оценить, какие суммы намечается вложить в активы разных типов и за счет каких пассивов Вы собираетесь финансировать создание или приобретение этих активов.

Далее в качестве основной части расчетов финансового плана Вы должны определить значения чистой текущей стоимости (NPV), индекса рентабельности (PI), внутренней нормы доходности (IRR) и периода окупаемости (PP).

2. Второй вопрос предполагает выполнение презентации по 12 разделам проекта. Количество слайдов – 20 максимум.

б) порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания

Контрольная работа по дисциплине «Инновационное предпринимательство»

Выполнение контрольных работ предполагает теоретическое знание основ курса «Инновационное предпринимательство», а также способность проводить аналитический обзор литературы по конкретной тематике. Контрольная работа оформляется отдельным файлом и оформляется – «КР_Фамилия_номер группы».

1. Первое задание предполагает составление бизнес-плана инновационного проекта (материал выбирается самостоятельно исходя из тематики дисциплины, проблематики диссертационного исследования, названия и профиля специальности 44.03.02. Психолого-педагогическое образование / Профиль Психолого-педагогическое сопровождение детей и семей / Профиль Психолого-педагогическое сопровождение обучающихся с ОВЗ), предприниматель (социальный предприниматель) может оказаться не готовым к трудностям, которые могут возникнуть при его реализации. Поэтому лучше не пожалеть времени и средств и заняться составлением бизнес-плана выбранного проекта. Правильно

составленный бизнес-план проекта отвечает на самый главный для бизнесмена вопрос — стоит ли вкладывать деньги в этот проект и принесет ли он доходы, которые окупят все затраты сил и средств.

Задание предоставляется в электронном виде на образовательный портал. Объем работы составляет 7-20 (возможно более) листов, оформление текста – согласно требованиям ФГБОУ ВО МГТУ им.Г.И. Носова. При выполнении контрольной работы необходимо в первую очередь обратить внимание на изучение материала, содержащегося в научных журналах, монографиях, найденных самостоятельно и представленных в курсе, вышедших в свет в последние годы (7 лет).

Как оформить инновационный проект?

Помните, что составление бизнес-плана требует Вашего личного участия. Включаясь в эту работу лично, Вы можете как бы смоделировать свою будущую деятельность, проверяя целесообразность и обоснованность своего замысла.

Как должна выглядеть структура инновационного проекта?

Каждый инновационный проект должен содержать следующие основные разделы:

Раздел 1. Возможности фирмы (резюме).

Раздел 2. Определение инновационного проекта.

Раздел 3. Характеристика товаров (услуг).

Раздел 4. Рынки сбыта товаров (услуг).

Раздел 5. Конкуренция на рынках сбыта.

Раздел 6. План маркетинга.

Раздел 7. План производства.

Раздел 8. Организационный план.

Раздел 9. Юридическое обеспечение проекта.

Раздел 10. Экономический риск и страхование.

Раздел 11. Стратегия финансирования.

Раздел 12. Финансовый план.

Приложение.

Каковы требования к оформлению бизнес-плана?

Кроме основных разделов Ваш бизнес-план должен содержать следующее:

Титульный лист. На нем Вы должны указать наименование фирмы, ее адрес, название бизнес-плана проекта и дату составления.

В Содержании Вам необходимо указать цель бизнес-плана Вашего проекта и кратко описать его основные разделы (1-2 страницы).

Меморандум о конфиденциальности. Содержит предупреждение лиц, которые будут знакомиться с Вашим бизнес-планом, о конфиденциальности имеющейся в нем информации.

В Оглавлении Вы должны отразить перечень того, что включено в бизнес-план. Это позволит быстро находить необходимую информацию.

В Приложении рекомендуем Вам поместить информацию, которая носит вспомогательный характер (например, подробная техническая характеристика выпускаемой продукции, копии договоров, лицензий и т.д.).

Что должен содержать раздел «Возможности фирмы»?

Помните, что работа над резюме чрезвычайно важна, поскольку если он не произведет благоприятного впечатления, например на инвесторов, то дальше бизнес-план они просто не станут смотреть. В целом резюме должно дать ответы на два основных вопроса: «Каковы выгоды при успешной реализации этого бизнес-плана?» и «Каков риск потери денег?». Поэтому этот раздел Вы должны разрабатывать в самом конце составления бизнес-плана проекта, когда достигнута полная ясность по всем остальным разделам.

В этом разделе перед Вами стоит две задачи: первая — дать комплексное описание фирмы (указать реквизиты фирмы, описать ее финансовое состояние, вид деятельности, перечень и объемы выпускаемой продукции/услуг, рыночную нишу, клиентов, миссию и стратегию фирмы и т.д.) и вторая — показать возможности фирмы в реализации проекта и оценить его экономические выгоды для фирмы, т.е. указать цели фирмы вообще и предлагаемого проекта в частности, стратегию и состав мероприятий по ее реализации, описать новые товары/услуги, их преимущества и потенциальных клиентов, возможные источники финансирования проекта, а также финансовые результаты, которые могут быть получены, и перспективы дальнейшего развития бизнеса фирмы на основе данного проекта.

Что должен содержать раздел «Определение инновационного проекта»?

В данном разделе Вы должны дать характеристику выбранному фирмой проекту, которая должна осветить следующие вопросы: цель инновационного проекта, вид инноваций, экономические и финансовые выгоды фирмы от реализации данного проекта, основные этапы и срок жизни проекта, возможности фирмы по инвестированию проекта и гарантии возврата внешних инвестиций, риск и его страхование, а также коммерческую состоятельность данного инновационного проекта.

Что должен содержать раздел «Характеристика товаров (услуг)»?

В этом разделе дается подробная характеристика новых товаров/услуг и содержится следующее: перечень новых товаров/услуг, технико-экономические характеристики товаров и особенности их дизайна (желательно наглядное изображение), сравнение свойств товара с его конкурентом с указанием преимуществ и недостатков, информация о лицензии и сертифицированности, описание упаковки и фирменной марки, ожидаемый спрос, рынки сбыта и предпочтительные методы продаж, пред- и послепродажное обслуживание клиентов и т.д.

Что должен содержать раздел «Рынки сбыта товаров (услуг)»?

Данный раздел направлен на изучение потенциальных рынков и позволяет Вам четко представить рыночную нишу новых товаров/услуг. Таким образом, здесь необходимо дать подробную характеристику основных и перспективных рынков сбыта и спрогнозировать примерную долю фирмы на этих рынках, а также перспективы их сохранения и увеличения. Проанализируйте рынки по степени конкурентной борьбы и предложите оптимальную систему сбыта для наилучшего проникновения на эти рынки. Дайте оценку потенциальных потребителей (возраст, национальность, пол, доходы и т.д.) и опишите методы изучения их потребностей и спроса. Отрадите ожидаемую реакцию рынков на появление Ваших товаров/услуг, спрогнозируйте возможные изменения потребностей покупателей в дальнейшем и возможные изменения емкости рынков, а также то, как фирма предполагает реагировать на эти изменения.

Что должен содержать раздел «Конкуренция на рынках сбыта»?

Этот раздел необходимо посвятить анализу рыночной конъюнктуры, характеристике Ваших конкурентов, их стратегии и тактики. Здесь Вам нужно дать ответы на следующие вопросы: Является ли область деятельности Вашей фирмы новой и динамичной или же давно существующей и более инертной? Каково количество фирм, уже предлагающих похожие товары/услуги? (более подробно остановитесь на крупных фирмах-конкурентах). Какую часть рынка контролируют конкурирующие фирмы? Дайте оценку имиджу фирм-конкурентов, их организационным структурам, их доходам, эффективности используемой ими рекламы, проанализируйте существующий уровень цен. Какова конкурентоспособность Ваших новых товаров/услуг? А какие прежние товары этой группы следует снять с производства? Произведите подробную оценку преимуществ Вашей фирмы по сравнению с основными конкурентами по следующим критериям: характеристика производимых товаров/услуг, цены и скидки, используемые каналы сбыта и методы продвижения товаров на рынках. В результате этой оценки определите сильную сторону Вашей фирмы, которая станет предметом наиболее жесткой конкуренции.

В итоге Вы должны решить три основные задачи:

- сегментирования рынка;
- сравнительной оценки полученных сегментов и их отбор;
- позиционирования предлагаемого Вами нового товара/услуги в выбранных сегментах рынка.

Что должен содержать раздел «План маркетинга»?

В этом разделе Вам нужно объяснить потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы плана маркетинга осуществляемого проекта. Естественно, не стоит все детали плана маркетинга вставлять в бизнес-план, но следует обязательно включить такие пункты, как:

Цели и стратегии маркетинга осуществляемого проекта. Детализируйте цели маркетинга и определите конкретные стратегии маркетинга для достижения каждой из этих целей.

Ценообразование для новых товаров/услуг.

Схема распространения этих товаров/услуг. Решите такие вопросы, как надежные и рентабельные каналы сбыта, удобная схема транспортировки новых товаров, оптимальное расположение и емкость складов, размеры партий, контроль и перспективы развития сбытовой сети и т.д.

Методы стимулирования сбыта товаров/услуг. Здесь Вы должны указать, какие из методов предполагаете использовать. Это могут быть различные скидки, продажи в рассрочку и кредит, выставки-продажи, ярмарки, презентации и дегустации, бесплатные образцы на пробу, система стимулирования труда торговых посредников и т.д.

Организация послепродажного обслуживания клиентов.

Реклама предлагаемых товаров/услуг.

Формирование общественного мнения о фирме и предлагаемых товарах/услугах. В данном случае Вам необходимо продумать схему связи с общественностью, организацию встреч с представителями СМИ, участие в благотворительных акциях, членство в общественных ассоциациях и т.п. для создания положительного мнения о своей фирме.

Бюджет маркетинга.

Что должен содержать раздел «План производства»?

Главная задача этого раздела — доказать, что Вы действительно можете организовать эффективное производство. Для этого Вам необходимо определить потребность в производственных мощностях, материальных ресурсах, производственных площадях, технологиях и то, каким образом Вы собираетесь эти потребности удовлетворять. Также Вы должны принять решение об оптимальном месторасположении производства, современных методах планирования и организации производства, оптимальном уровне издержек и динамике их изменения, соблюдении требований защиты окружающей, утилизации отходов и т.д.

Что должен содержать раздел «Организационный план»?

В данном разделе Вы должны определить состав партнеров-участников осуществления проекта, спланировать их деятельность, а также предложить организационную структуру, способствующую наиболее эффективному достижению целей проекта. Мы рекомендуем Вам выделить следующие группы вопросов:

Организационная структура: состав и организационная схема взаимосвязей всех участников, система управления проектом, состав подразделений фирмы и их функции, формирование документационного комплекса проекта и т.д.

Рабочая сила: потребность в кадрах по профессиям и квалификациям, уровень зарплат, система стимулирования труда, обучение и повышение квалификации и т.д.

Административно-управленческий персонал: требуемое количество и характеристика АУП, система персональной ответственности, система стимулирования труда и т.д.

Что должен содержать раздел «Юридическое обеспечение проекта»?

В данном разделе Вашей задачей является рассмотрение вопросов правового обеспечения осуществления проекта Вашей фирмы. В нем Вы должны привести полную информацию, связанную с созданием и регистрацией фирмы, ее организационно-правовой формой, формой собственности, принадлежностью капитала, учредительными документами, договорами и соглашениями с другими организациями, лицензиями и другими документами, которые необходимы для обеспечения деятельности предприятия по осуществлению проекта.

Что должен содержать раздел «Экономический риск и страхование»?

В этом разделе Вы должны информировать будущих инвесторов или кредиторов проекта о величинах возможных рисков на пути реализации проекта и о мерах защиты от их влияния. Таким образом, при написании данного раздела Вы должны осветить следующие моменты: перечень возможных групп рисков (природные, политические и т.д.), источники этих рисков и вероятные моменты их возникновения, планируемые организационные меры по профилактике и нейтрализации выявленных рисков, программа страхования от рисков и т.д.

Что должен содержать раздел «Стратегия финансирования»?

В данном разделе Вы должны объяснить, каким образом предполагаете финансировать рассматриваемый проект. Для этого Вам необходимо дать обоснованные ответы на следующие вопросы: Сколько финансовых средств потребуется? Откуда намечается их получить? Какова планируемая величина отношения заемных и собственных средств? Когда можно ожидать возврата вложенных в проект средств? Какова величина дохода инвесторов? Имеются ли возможности привлечения финансовых средств из Госбюджета? Сколько необходимо зарезервировать финансовых средств на покрытие непредвиденных расходов? И т.д.

Что должен содержать раздел «Финансовый план»?

В этом разделе Вам необходимо обобщить материалы всех предыдущих разделов в стоимостном выражении и определить экономическую целесообразность и эффективность рассматриваемого проекта для Вашей фирмы. Поэтому для анализа проекта и принятия окончательного решения Вы должны спрогнозировать, оценить и представить в бизнес-плане следующие данные:

- Объемы продаж товаров/услуг в результате реализации проекта.
- Капитальные затраты на осуществление проекта.
- Баланс текущих доходов и затрат на производство и реализацию товаров/услуг, показывающий как будет формироваться и изменяться прибыль во временном разрезе.
- Баланс денежных поступлений и расходов по проекту, позволяющий оценить, сколько денег и на каком этапе потребуется.
- Прогнозируемый баланс активов и пассивов всего предприятия с учетом осуществления проекта, позволяющий оценить, какие суммы намечается вложить в активы разных типов и за счет каких пассивов Вы собираетесь финансировать создание или приобретение этих активов.

Далее в качестве основной части расчетов финансового плана Вы должны определить значения чистой текущей стоимости (NPV), индекса рентабельности (PI), внутренней нормы доходности (IRR) и периода окупаемости (PP).

2. Второй вопрос предполагает выполнение презентации по 12 разделам проекта. Количество слайдов – 20 максимум.

Критерии оценки контрольной работы

При оценке содержания реферата используются следующие критерии:

- умение сформулировать цель работы;
- умение подобрать научную литературу по теме;
- полнота и логичность раскрытия темы;
- самостоятельность мышления;
- стилистическая грамотность изложения;
- корректность выводов;
- правильность оформления работы.

Критерии оценки:

(в соответствии с формируемыми компетенциями и планируемыми результатами обучения):

– на оценку «зачтено» – студент:

способен описывать, объяснять, прогнозировать социальные явления и процессы на основе результатов социологических и маркетинговых исследований;

анализирует и интерпретирует данные социологических и маркетинговых исследований;

разрабатывает предложения по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования, составляет и оформляет итоговые документы по результатам исследования;

представляет результаты исследования различным аудиториям;

– на оценку «не зачтено» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.