

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 26.05.2026 13:59:32
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Название дисциплины «Инновационное предпринимательство»

Код, направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Менеджмент организации
Форма обучения	Заочная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Типовые задания для контрольной работы

В качестве контрольной работы студенты должны подготовить отчетные материалы по своему участию в деловой игре «Конкурс инновационных проектов».

Методические указания к деловой игре «Конкурс инновационных проектов»

Практическое задание. Групповой проект

Студенты группы делятся на команды по 2-3 человека. Каждая команда выбирает для себя какой-либо проект в сфере инновационного предпринимательства (реализация собственной инновационной идеи или проработка идеи, выявленной по итогам исследования открытых источников).

В рамках задания необходимо проработать основные элементы проекта по реализации выбранной командой идеи. Проработка проекта и «Формирование Бизнес-предложения инновационного Стартапа» выполняется в три этапа.

1 Этап. Выбор идеи Стартапа (1-е практическое занятие).

Данный этап состоит из следующих блоков.

1.1. Каждый студент в течение заданного периода времени, на занятии, в ходе мониторинга сети Интернет, а также анализа личного опыта, подбирает бизнес-идею, которая, по его мнению, имеет хорошие перспективы успешной реализации.

1.2. Выбранная идея оформляется в виде краткого предварительного описания Бизнес-модели по шаблону А. Остервальдера и И. Пенье. Модель должна включать предварительные проработки и оценки по следующим аспектам деятельности предприятия, в рамках которого будет реализовываться предлагаемый проект:

- Сегменты потребителей, на которых будет рассчитан продукт, создаваемый в рамках, предлагаемой бизнес-идеи.
- Проблема – 1-3 основные проблемы, которые потребители смогут решить с помощью предлагаемого продукта.
- Уникальность ценностного предложения – простое, короткое и понятное пояснение того, почему предлагаемое решение лучше других и почему на него стоит обратить внимание.
- Решение – возможные решения для каждой из описанных ранее проблем с помощью предлагаемого продукта.
- Каналы – необходимо описать путь к клиенту, Структура расходов – постоянные и переменные затраты (стоимость разработки, стоимость привлечения клиентов, хостинг и пр.),

- Потоки прибыли – предварительный прогноз возможных поступлений доходов, затрат и прибыли от реализации предлагаемого инновационного бизнес-проекта.
- Скрытое преимущество – то, что нельзя легко скопировать или купить)

1.3. За 20 минут до окончания пары происходит совместное обсуждение перспективности всех разработанных бизнес-моделей. Каждый студент в течение 3-5 минут представляет свою бизнес-модель остальным студентам после чего происходит обсуждение модели, ответы автора идеи на заинтересовавшие слушателей вопросы.

1.4. По окончании обсуждения каждый студент составляет рейтинг перспективности представленных бизнес-идей. На основе обработки всех рейтингов составляется общий рейтинг и происходит отбор 2-5-ти лучших идей. Авторы идей-лидеров становятся капитанами команд (2-5 ед.), создаваемых для дальнейшей работы.

2 Этап. Проработка и оформление ключевых содержательных аспектов создаваемого инновационного проекта (3-4 недели после 1-го этапа).

Разрабатываемые элементы:

2.1. Стратегические цели проекта. Основные этапы и стадии их достижения. Основные виды деятельности в соответствии с проектом. Подробное описание и характеристика товаров или услуг, которые должны появиться в ходе реализации проекта. Должно быть дано пояснение по поводу выбора метода разработки продукта и оценка готовности технологии, уровня готовности технологии, описывают MPV, основные требования к продукту и противоречия, выясняют, какие административные, технические и физические противоречия решаются продуктом, ограничения, проектирование и прототипирование продукта.

2.2. Определение целевой аудитории. Анализ и описание потребностей представителей данного сегмента. (Ответы на пять ключевых вопросов: "Что?"— тип товара; "Кто?"— тип потребителя; "Почему?"— мотивация покупки; "Когда?" — когда покупатели желают производить покупки; "Где?"— место совершения покупки.). Портрет клиента (общий образ покупателя, включающий в себя такие характеристики, которые могут рассказать о нем практически все, а именно: возраст; пол; место проживания; семейное положение, количество детей; сфера занятости и уровень зарплаты; должность, связанные с ней проблемы; потребности, желания, фобии). В итоге команда разрабатывает, проводит аналитику и оценку рынков для каждого продукта, определяет целевые аудитории проекта, методы продвижения для нового продукта на каждом из рынков.

Студенты должны провести краткий маркетинговый анализ рынка, на который они планируют выводить технологию или продукт.

Ответы на выше поставленные вопросы должны быть получены в том числе и на основе проведения анкетирования 3–5 потенциальных клиентов.

По итогам работы необходимо описать факторы макро- и микросреды, влияющие на рынок, выбрать метод исследования этого рынка и оценить размер целевого сегмента.

2.3. Анализ конкурентов (Конкурентов нужно анализировать по параметрам: ценовое предложение; ценность для потребителя; позиционирование; алгоритм продаж; рекламные каналы; инвестиции в рекламу и пр.)

По итогам этого этапа должна быть выполнена оценка потенциала рынка (PAM (Potential Available Market — объем потенциального рынка), TAM (Total Addressable Market общий объем целевого рынка), SAM (Served Available Market — доступный объем рынка), SOM (Serviceable Obtainable Market — реальный достижимый объем рынка)).

2.4. Каждая команда формулирует суть своей разработки, ее существенные признаки и ключевые конкурентные преимущества, проводит патентный поиск по доступным открытым интернет источникам, выбирает модель правовой охраны; придумывает и описывает товарный знак (знак обслуживания), индивидуализирующий будущий инновационный продукт, проводит контекстный поиск сходных обозначений, выбор класса(-ов) товаров (услуг) для регистрации согласно МКТУ, возможности и необходимость трансферта технологий и лицензирования.

2.5. Определение основных источников финансирования для реализуемого инновационного проекта. В качестве дополнительных материалов при выборе источников финансирования могут быть использованы данные следующих интернет-ресурсов.

Краудфандинговые платформы: Российская краудфандинговая платформа Boomstarter <https://boomstarter.ru/>. Модель сбора средств: «Все или ничего» (ВиН); Социально-сервисный портал для создания и коллективного финансирования творческих проектов, распространения и монетизации авторского контента (российская краудфандинговая платформа) Planeta <https://planeta.ru/>; Инвестиционная площадка для заключения венчурных сделок StartTrack <https://starttrack.ru/>. и пр.

2.6. На основе информации полученной на стадиях 2.1-2.4 происходит корректировка и уточнение Бизнес-модели, анализируемого проекта, составленной на этапе №1.

2.7. На одном из занятий в середине семестра, происходит представление всеми командами полученных на 2-м этапе результатов, совместное обсуждение докладов и оценивание уровня выполнения текущего этапа задания.

3 Этап. Проработка финансовых аспектов инновационного проекта. Оценка его экономической эффективности, составление ТЭО (полученные по подготовленному проекту материалы, должны быть предоставлены преподавателю за 2-3 дня до последнего занятия, на котором будет проводится представление командами итоговых докладов и оценка выполнения задания).

Разрабатываемые элементы:

3.1. Планирование объемов производства и продаж продукции

В данном разделе на основе информации полученной в ходе разработки предыдущих разделов необходимо осуществить прогноз объемов продаж продукции или услуг проектируемого предприятия по периодам реализации проекта.

На основе полученной информации необходимо составить план производства и реализации продукции

3.2. Определение потребности в основных и оборотных средствах. Расчет затрат на их приобретение

С учетом прогнозируемых объемов производства и паспортной производительности выбранного оборудования, необходимо составить по возможности наиболее полный перечень требуемых основных средств и рассчитать требуемое количество оборудования каждого вида и общую стоимость его приобретения.

В этом же разделе на основе информации о прогнозируемых текущих затратах по создаваемому предприятию и нормах запасов каждого вида нужно определить потребность в оборотных средствах.

На основе всей полученной информации необходимо рассчитать общую величину требуемых инвестиционных ресурсов и распределить ее по периодам реализации проекта. Также необходимо рассчитать первоначальную и остаточную стоимость основных фондов, амортизацию и налог на имущество.

3.3. Персонал и управление создаваемого предприятия. Организационная структура

В данном разделе необходимо привести перечень штатных должностей, требуемых для нормального функционирования создаваемого предприятия, а также его организационную структуру, в которой четко определены функции и зона ответственности каждого менеджера, специалиста и рабочего.

На основе данных о ключевых рабочих местах, специализации и квалификации персонала, а также с учетом планируемых объемов производства и реальной дневной или месячной выработке одного работающего должен быть произведен обоснованный расчет потребного количества персонала по каждой штатной единице. Также необходимо определить динамику возможного изменения численности персонала по периодам реализации проекта в связи с постепенным увеличением масштабов производства.

Также в этом разделе необходимо решить вопросы, касающиеся оплаты труда по каждой штатной единице и рассчитать общий размер фонда заработной платы по предприятию.

При этом в первый год разбивка должна быть помесечной, во второй – поквартальной, в последующих – в целом за год.

На основе полученной информации необходимо составить штатное расписание предприятия.

3.3. Формирование сметы расходов и калькуляции себестоимости единицы продукции

В этом разделе на основе данных о производственных процессах, об используемых сырье и материалах, о применяемом оборудовании, и пр. необходимо представить обоснованные расчеты прогнозируемых величин затрат по элементам и статьям калькуляции, рассчитать себестоимость 1-й единицы продукции, определить минимальный уровень цены.

По итогам работы необходимо составить таблицы «Смета расходов на производство и реализацию товаров и услуг» и «Калькуляция себестоимости одной единицы продукции или услуг».

3.4. Определение финансовых результатов и оценка показателей эффективности инвестиций

На основе информации всех предыдущих разделов необходимо составить баланс поступления и расходования денежных средств по анализируемому проекту и на этой основе провести оценку его экономической эффективности. Алгоритм составления данного раздела включает следующие этапы:

1. Формирование стратегии финансирования.
2. Формирование плана финансовых результатов проекта (отчета о прибылях и убытках).
3. Анализ безубыточности создаваемого предприятия – путем определения безубыточного объема производства и построения соответствующего графика.
4. Формирование Плана денежных поступлений и выплат – обоснование достаточности всех источников финансирования.
5. Расчет основных показателей экономической эффективности инвестиций (ЧДД, ВНД, ДСО, ИД).
6. Общее заключение о степени привлекательности рассматриваемого проекта для потенциальных инвесторов.

Все расчеты должны быть сделаны за первый год с разбивкой за каждый месяц, во второй – за каждый квартал, в последующем – в целом за год.

Типовые вопросы к зачету:

1. Понятие и классификация инноваций.
2. Субъекты и объекты инновационной деятельности.
3. Понятие и этапы инновационного процесса.
4. Инновационные ресурсы и инновационный потенциал.
5. Инновационный менеджмент.
6. Национальная инновационная система.
7. Основные понятия, факторы и стратегии государственного регулирования инновационной деятельности.
8. Государственная (федеральная) инновационная программа.
9. Нормативно-правовое регулирование взаимоотношений между субъектами инновационной деятельности.
10. Государственная инновационная политика и ее роль в стимулировании инновационной сферы. Основные направления государственного регулирования.
11. Стимулирование инновационной деятельности со стороны налогового законодательства.
12. Особенности управления персоналом в инновационной организации.
13. Классификация типов трудовых коллективов в зависимости от способности к инновационной деятельности.
14. Система показателей оценки и уровни инновационного потенциала персонала.
15. Организация инновационного процесса.
16. Классификация научно-технических (инновационных) организаций.
17. Организационные формы инновационной деятельности.
18. Классификация инновационных организаций.
19. Новые организационные формы инновационной инфраструктуры.
20. Венчурные (рисковые) инновационные предприятия и технопарки.

21. Инновационная активность Российских предприятий.
22. Конкурентоспособность, инновации и их взаимосвязь.
23. Условия достижения конкурентоспособности.
24. Измерение технологических изменений: научные и технологические показатели.
25. Сущность, цели, задачи инновационной политики предприятия. Роль инноваций в деятельности современного предприятия.
26. Инновационные стратегии предприятия.
27. Методы рациональной организации инновационных процессов на предприятии.
28. Организационные формы управления инновационным менеджментом.
29. Организационные формы инновационной деятельности.
30. Эффективность использования инноваций. Виды эффекта от реализации инноваций.