

Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Основы предпринимательской деятельности, 4 семестр

Код, направление подготовки	38.05.05 Экономическая безопасность
Направленность (профиль)	экономико-правовое обеспечение экономической безопасности
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	финансов, денежного обращения и кредита
Выпускающая кафедра	экономических и учетных дисциплин

Типовые задания для контрольной работы:

Контрольный тест

1. Выберите один ответ: Что такое НТИ?:
 - a. Инициатива по проведению студенческих акселераторов и мероприятий по технологическому предпринимательству;
 - b. Национальный проект, объединяющий представителей бизнеса и экспертных сообществ;
 - c. Исследование глобальных рынков, которые влияют на развитие РФ и других стран;
 - d. Инновационный подход к развитию предпринимательства в РФ;
2. С какой стадии начинается жизненный цикл продукта?
 - a. Внедрение;
 - b. Рост;
 - c. Зрелость;
 - d. Проработка идеи;
3. Выберите один ответ: К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:
 - a. усовершенствованный дизайн;
 - b. научно-техническая новизна;
 - c. коммерческий потенциал;
 - d. производственная применимость;
4. Выберите НЕПРАВИЛЬНЫЙ ответ: Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в:
 - a. Новом способе организации производства;
 - b. Новом дизайне упаковке продукта;
 - c. Новых продуктах;
 - d. Новом технологическом процессе;
5. Выберите один ответ: В чем отличие рынка B2B от рынка B2C?
 - a. B2B-клиенты покупают только промышленные товары;
 - b. B2B — это только тяжелая промышленность;
 - c. B2B-клиенты покупают только на промышленных выставках;
 - d. B2B — это клиенты за границей;
 - e. B2B-сегмент представлен только компаниями и юридическими лицами;
6. Выберите один ответ: К заповедям формирования командного духа относится:

- a. Безоговорочное подчинение;
- b. Совместная работа;
- c. Отказ от увольнения работников;

7. Выберите один ответ: Создание онлайн-команды (без очных встреч):

- a. Невозможно;
- b. Неизбежно;
- c. Возможно;

8. Выберите один ответ: К псевдоинновациям можно отнести:

- a. Смарт часы Pebble (проект собрал на площадке KickStarter более 10 млн долларов);
- b. Освоение скотоводства;
- c. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE;
- d. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100);

9. Выберите один или несколько ответов: К улучшающим инновациям отнести:

- a. Смарт часы Pebble (проект собрал на площадке KickStarter более 10 млн долларов);
- b. Освоение скотоводства;
- c. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE;
- d. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее – 100);

10. Выберите один ответ: Что из перечисленного можно назвать продуктом:

- a. Маркетинговая кампания "Поможем детям";
- b. Робот - пылесос;
- c. Съёмки сериала "Друзья";
- d. Все из перечисленного;

11. Выберите один ответ: К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится:

- a. Заказы НИОКР у внешних лабораторий и компаний;
- b. Создание корпоративных венчурных производств;
- c. Публичная презентация нового продукта;
- d. Стратегические альянсы с другими компаниями;

12. Выберите один ответ: Какие сущности являются самыми важными для продукта?

- a. Ценность и потребность для клиента;
- b. Удобство и комфорт для пользователя;
- c. Цена и скидки;
- d. Количество функций;

13. Какие гипотезы выдвигаются на первом этапе разработки продукта?

- a. О том, что клиенты купят решение.
- b. О проблеме.
- c. О цене.
- d. О наличии конкурентов.

14. Выберите один ответ: Что такое B2C-рынок?

- a. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя.
- b. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства.
- c. Рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления.
- d. Рынок «покупатель — покупателю».

15. Выберите один ответ: Какая из оценок охватывает доступный и достижимый рынок?:

- a. PAM.
- b. TAM.
- c. SAM.
- d. SOM.

16. Выберите несколько вариантов ответа: В чём не заключается основная задача создания и управления продуктами?:

- a. Максимизация выручки продукта.
- b. Максимизация ценности продукта для клиентов.
- c. Максимизация охвата целевой аудитории.
- d. Минимизация расходов при разработке продукта.

17. Выберите один ответ: Что такое питч?:

- a. Подробная презентация продукта на 1-2 часа.
- b. Короткая презентация продукта, которую используют, чтобы привлечь инвесторов, экспертов и клиентов.
- c. Формальная часть на открытии и завершении акселератора.

18. Выберите один вариант ответа: Бизнес-модель — это:

- a. Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли)
- b. Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке.
- c. Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана.

19. Выберите один вариант ответа: Какой главный критерий при заполнении шаблона бизнес-модели?:

- a. Подробное заполнение всех элементов шаблона;
- b. Понятность и применимость информации для развития продукта;
- c. Одобрение инвесторами;
- d. Посчитанная прибыль;

20. Выберите один ответ: Какие инструменты можно отнести к гроус хакингу?

- a. Вирусный маркетинг и использование техник синдрома упущенной выгоды (FOMO);
- b. Реферальная программа и программа лояльности;
- c. Оба варианта верны

Типовые вопросы к зачету с оценкой (4 семестр):

- 1. Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».
- 2. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
- 3. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.
- 4. Чем команда отличается от малой группы?
- 5. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?
- 6. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?
- 7. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?
- 8. Соотношение роли и командной функции.
- 9. Содержание и сущность процесса генерирования идей.
- 10. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.
- 11. Чем продукт отличается от проекта?
- 12. Опишите жизненный цикл продукта и цепочку создания продукта.
- 13. Исследование и выявление своей целевой аудитории и работа с ЛПП и ЛДПП.
- 14. Сегментирование ЦА применительно к идее своей команды.
- 15. Проработка стратегических и тактических гипотез.
- 16. Институты развития и программы развития, которые предназначены для поддержки инновационной экосистемы РФ, а также меры поддержки и ключевых игроков на рынке.
- 17. Анализ рынка на ранней стадии проработки продукта. Методы оценки и анализа рынка.

18. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
19. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?
20. Оценка рынка с помощью инструментов TAM, SAM, SOM и метода Ферми.
21. Анализ конкурентов и конкурентный анализ.
22. Понятие технологического суверенитета РФ и важности его применения в настоящее время.
23. Понятие ценности продукта.
24. Разница между ценой и ценностью продукта. Как поставить цену релевантно ценности, которую ваш продукт дает?
25. Сущность MVP и его отличия от прототипа. Виды MVP.
26. Опишите основные отличия стартапа от «традиционного» бизнеса, методики и путь развития.
27. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.
28. Что такое ценностное предложение и как оно соотносится с «болью» клиента?
29. Продвижение продукта на рынок.
30. Как участвовать продуктивно в нетворкинге?
31. Как проводить первичного интервью, анализировать итоги интервью и сформулировать вопросы для интервью.
32. Что такое юнит-экономика, когортный анализ, анализ метрик и принятие решений.
33. Экономическое содержание и методы расчета чистой текущей стоимости (NPV).
34. Охарактеризуйте показатель индекса доходности.
35. Понятие внутренней нормы рентабельности проекта.
36. Способы расчёты дисконтированного срока окупаемости.
37. Какие существуют источники инвестиций, каналы поиска и способы привлечения инвестиций?
38. Для чего нужна бизнес-модель, и как работать с шаблоном Lean Canvas.?
39. В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?
40. В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?