

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 20.06.2024 08:26:59  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4906907440b11e3

## Форма оценочного материала для промежуточной аттестации

### Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

#### Основы предпринимательской деятельности, 3 семестр

Код, направление подготовки	04.05.01 ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ И ПРИКЛАДНАЯ ХИМИЯ
Направленность (профиль)	Аналитическая химия
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Финансов, денежного обращения и кредита
Выпускающая кафедра	Химии

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;

### с. Оба варианта верны;

Типовые вопросы к зачету с оценкой:

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 ЛПР и ЛДПР.
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?