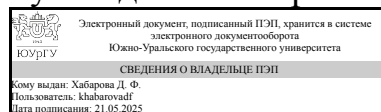


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



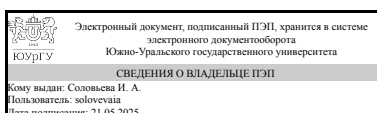
Д. Ф. Хабарова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.Ф.07.М7.01 Генерация и валидация идей технологического стартапа  
**для направления** 15.03.02 Технологические машины и оборудование  
**уровень** Бакалавриат  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Экономика и финансы

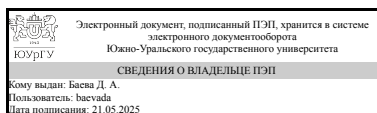
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 15.03.02 Технологические машины и оборудование, утверждённым приказом Минобрнауки от 09.08.2021 № 728

Зав.кафедрой разработчика,  
Д.ЭКОН.Н., доц.



И. А. Соловьева

Разработчик программы,  
к.ЭКОН.Н., доц., доцент



Д. А. Баева

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является: генерация идеи стартапа, рыночная проверка идеи стартапа через анализ потребителей, конкурентов, выбор целевого сегмента. Формулировка ценностного предложения и презентация проекта перед инвесторами. Задачами дисциплины являются: а) изучение характерных условий и особенностей технологического бизнеса б) рассмотрение специфических этапов жизненного цикла бизнеса в сфере технологического предпринимательства в) получение навыка генерации и селекции бизнес-идей г) изучение основ маркетинга инноваций д) освоение техник формирования концепции MVP инновационного продукта е) основные подходы к изучению рынка в условиях высокой неопределенности

## Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины изучаются современные подходы к генерации технологических идей, способы маркетингового обоснования и селекции бизнес-идей, подходы к изучению и формированию рынка под бизнес-идею, маркетинг инноваций, формирование концепции MVP и ее презентации. Также в рамках дисциплины изучается понятие и особенности технологического предпринимательства в сравнении с традиционным бизнесом, рассматриваются основные этапы жизненного цикла стартапа, дается обзор инфраструктуры технологического предпринимательства.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                                                             | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Знает: понятие и инструменты технологического бизнеса; процесс планирования, проектирования и разработки технологий эффективного производства продуктов технологического предпринимательства; основы дизайн-мышления и методы генерирования идей<br>Умеет: генерировать технологические бизнес-идеи и проводить их маркетинговую валидацию, разрабатывать план процесса customer development; определять подходящие инструменты маркетинга для решения задач рыночного продвижения бизнес-идеи<br>Имеет практический опыт: селекции технологических бизнес-идей по различным критериям в условиях ресурсных ограничений, валидации бизнес-идей, проведения маркетинговых исследований |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ        |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Нет                                                           | 1.Ф.07.М7.02 Управление технологическим стартапом, |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы                                                           | Всего часов | Распределение по семестрам |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|
|                                                                              |             | в часах                    |
|                                                                              |             | Номер семестра             |
|                                                                              |             | 3                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                                | 144         | 144                        |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                   | 64          | 64                         |
| Лекции (Л)                                                                   | 32          | 32                         |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)   | 32          | 32                         |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                     | 0           | 0                          |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                          | 71,5        | 71,5                       |
| Подготовка конкурентного анализа в рамках разработки бизнес-идеи             | 5           | 5                          |
| Подготовка к тесту по жизненному циклу стартапа и разработке MVP             | 5           | 5                          |
| Подготовка к тесту по инновационному маркетингу                              | 5           | 5                          |
| Подготовка к зачету                                                          | 51,5        | 51.5                       |
| Исследование потенциальных потребителей и подготовка презентации результатов | 5           | 5                          |
| Консультации и промежуточная аттестация                                      | 8,5         | 8,5                        |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                     | -           | диф.зачет                  |

#### 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                                      | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                                       | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Понятие и особенности технологического предпринимательства                            | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 2         | Генерация идеи технологического бизнеса                                               | 12                                        | 4 | 8  | 0  |
| 3         | Маркетинговые исследования в инновационном бизнесе. Основы инновационного маркетинга. | 8                                         | 6 | 2  | 0  |
| 4         | Маркетинговая валидация бизнес-идеи                                                   | 12                                        | 6 | 6  | 0  |
| 5         | Разработка MVP                                                                        | 8                                         | 4 | 4  | 0  |
| 6         | Бизнес-моделирование инновационного бизнеса                                           | 8                                         | 4 | 4  | 0  |
| 7         | Жизненный цикл стартапа                                                               | 8                                         | 2 | 6  | 0  |

|   |                                                     |   |   |   |   |
|---|-----------------------------------------------------|---|---|---|---|
| 8 | Инфраструктура технологического предпринимательства | 4 | 4 | 0 | 0 |
|---|-----------------------------------------------------|---|---|---|---|

## 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                                                                                                                                                   | Кол-во часов |
|----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | Понятие и особенности технологического предпринимательства                                                                                                                                                                                | 2            |
| 2        | 2         | Методы генерации инновационных технологических идей, обзор методов направленного поиска, их суть и особенности.                                                                                                                           | 1            |
| 3        | 2         | Методы генерации инновационных технологических идей, обзор методов ненаправленного поиска, интуитивно-творческие методы и группы. Суть и особенности интуитивно-творческих методов                                                        | 1            |
| 4        | 2         | Методы селекции технологических идей и методы проверки концепции нового продукта, понятие рыночных фильтров, понятие концепции продукта и ее формирование.                                                                                | 2            |
| 5        | 3         | Маркетинг как основа формирования и обоснования бизнес-идеи. Ключевые понятия маркетинга, его целей, задач и содержания. Понятие цепочки маркетинга. Инновационный маркетинг. Современные тренды в развитии маркетинга Интернет маркетинг | 1            |
| 6        | 3         | Использование инструментов маркетинга в разработке новой технологической идеи. Фазы разработки нового технологического решения: поиск идей, разработка селекция идей, разработка концепции нового товара и ее проверка,                   | 2            |
| 7        | 3         | Маркетинговая информационная система. Основы маркетинговых исследований.. Архитектура маркетинговых исследований, состав плана маркетингового исследования. Выбор инструментов исследования, обоснование выбора.                          | 1            |
| 8        | 3         | Анализ конкурентов: методы и инструменты                                                                                                                                                                                                  | 2            |
| 9        | 4         | Формирование ценностного предложения, понятие ценностного предложения, методы формирования рынка под новую бизнес-идею.                                                                                                                   | 2            |
| 10       | 4         | Анализ потребителей. Понятие целевого рынка,, критерии выбора ЦА. Понятие сегментации, выбор целевого сегмента                                                                                                                            | 2            |
| 11       | 4         | Методы прогнозирования спроса. Особенности прогнозирования спроса и плана продаж для инновационных продуктов и технологических решений                                                                                                    | 2            |
| 12       | 5         | Разработка концепции MVP и подходы к приоритизации фичей.                                                                                                                                                                                 | 4            |
| 13       | 6         | Использование Lean Canvas при моделировании инновационного технологического бизнеса                                                                                                                                                       | 4            |
| 14       | 7         | Этапы жизненного цикла стартапа и их особенности                                                                                                                                                                                          | 2            |
| 15       | 8         | Инфраструктура технологического предпринимательства. Взаимодействие стартапов и корпораций, основы внутреннего предпринимательства. Финансирование инновационного бизнеса.                                                                | 4            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                         | Кол-во часов |
|-----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Практикум по выявлению ограничений традиционных методов ведения бизнеса в условиях высокой неопределенности | 2            |
| 2         | 2         | Практикум по использованию различных методов генерации инновационных бизнес-идей.                           | 4            |

|    |   |                                                                                          |   |
|----|---|------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 3  | 2 | Практикум по использованию метода анализа бизнес-идей "Пять шляп мышления"               | 4 |
| 4  | 3 | Практикум по конкурентному анализу                                                       | 2 |
| 5  | 4 | Практикум по анализу потенциальных потребителей                                          | 3 |
| 6  | 4 | Практикум по применению различных методов расчета объемов рынка и прогнозирования продаж | 3 |
| 7  | 5 | Практикум по формированию концепции MVP и применению различных подходов к приоритизации  | 4 |
| 8  | 6 | Практикум по формированию модели Lean Canvas                                             | 4 |
| 9  | 7 | Практикум питчинга инновационных идей                                                    | 4 |
| 10 | 7 | Семинар по особенностям стартапов в первой фазе жизненного цикла                         | 2 |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |              |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                                       | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка конкурентного анализа в рамках разработки бизнес-идеи | Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/412942">https://urait.ru/bcode/412942</a> (дата обращения: 28.01.2022).<br>Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/469320">https://urait.ru/bcode/469320</a> (дата обращения: 28.01.2022). | 3       | 5            |
| Подготовка к тесту по жизненному циклу стартапа и разработке MVP | Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес / под редакцией М. Р. Зобниной. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 166 с. — ISBN 978-5-9614-4824-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/95219">https://e.lanbook.com/book/95219</a> (дата обращения: 26.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3       | 5            |
| Подготовка к тесту по инновационному                             | Инновационный маркетинг : учебник для                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3       | 5            |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |      |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| маркетингу                                                                   | бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/412942">https://urait.ru/bcode/412942</a> (дата обращения: 28.01.2022).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |      |
| Подготовка к зачету                                                          | Романенко, Е. В. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство : методические указания / Е. В. Романенко. — Омск : СиБАДИ, 2020. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/149553">https://e.lanbook.com/book/149553</a> (дата обращения: 26.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. Основы предпринимательства : учебное пособие / Д. М. Пашин, С. Н. Котенкова, А. Н. Мустафин, А. В. Рамазанов. — Казань : КФУ, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-00130-139-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/130542">https://e.lanbook.com/book/130542</a> (дата обращения: 26.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | 3 | 51,5 |
| Исследование потенциальных потребителей и подготовка презентации результатов | Романенко, Е. В. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство : методические указания / Е. В. Романенко. — Омск : СиБАДИ, 2020. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/149553">https://e.lanbook.com/book/149553</a> (дата обращения: 26.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3 | 5    |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов | Учитывается в ПА   |
|------|----------|--------------|-----------------------------------|-----|------------|---------------------------|--------------------|
| 1    | 3        | Текущий      | Генерация                         | 5   | 5          | 0 баллов - идея не        | дифференцированный |

|   |   |                     |                                             |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                             |
|---|---|---------------------|---------------------------------------------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|   |   | контроль            | бизнес-идеи<br>технологического<br>стартапа |   |   | <p>выбрана и не<br/>представлена на<br/>обсуждение группой</p> <p>1 балл - идея выбрана, но<br/>не представлена на<br/>обсуждение группой</p> <p>2 балла - идея выбрана,<br/>плохо презентована и не<br/>обоснована</p> <p>3 балла - идея выбрана,<br/>частично раскрыта и<br/>обоснована в<br/>презентации, в группе<br/>проведено обсуждение без<br/>углубления в детали</p> <p>4 балла - идея выбрана,<br/>доработана и<br/>презентована, обоснована<br/>не в полной мере, в группе<br/>проведено обсуждение</p> <p>5 баллов - идея выбрана,<br/>доработана и<br/>презентована, обоснована,<br/>в группе проведено<br/>обсуждение</p>                                                                                                                               | зачет                       |
| 2 | 3 | Текущий<br>контроль | Анализ рынка и<br>конкурентов               | 5 | 5 | <p>0 баллов - анализ не<br/>проведен, либо не<br/>соответствует<br/>требованиям задания</p> <p>1 балл - анализ проведен с<br/>недостаточным<br/>количеством конкурентов,<br/>собрана неполная или<br/>неверная информация,<br/>выводы ошибочны и не<br/>обоснованы</p> <p>2 балла - анализ проведен<br/>с недостаточным<br/>количеством конкурентов,<br/>собрана неполная<br/>информация, выводы<br/>ошибочны и не<br/>обоснованы</p> <p>3 балла - анализ проведен<br/>с недостаточным<br/>количеством конкурентов,<br/>собрана неполная<br/>информация, выводы не<br/>обоснованы</p> <p>4 балла - анализ проведен<br/>с недостаточным<br/>количеством конкурентов,<br/>выводы обоснованы в<br/>достаточной степени</p> <p>5 баллов - анализ<br/>проведен с учетом</p> | дифференцированный<br>зачет |

|   |   |                  |                                   |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          |
|---|---|------------------|-----------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                   |   |   | требований задания, в полной мере обоснован                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          |
| 3 | 3 | Текущий контроль | Анализ потенциальных потребителей | 5 | 5 | <p>0 баллов - анализ не проведен, либо не соответствует требованиям задания</p> <p>1 балл - анализ проведен с недостаточным количеством потребителей, собрана неполная или неверная информация, UX-персона не описана, выводы ошибочны и не обоснованы</p> <p>2 балла - анализ проведен с недостаточным количеством потребителей, собрана неполная информация, UX-персона описана неполно, выводы ошибочны и не обоснованы</p> <p>3 балла - анализ проведен с недостаточным количеством потребителей, собрана неполная информация, UX-персона описана неполно, выводы не обоснованы</p> <p>4 балла - анализ проведен в соответствии с заданием, собрана неполная информация, выводы обоснованы</p> <p>5 баллов - анализ проведен с учетом требований задания, в полной мере обоснован</p> | дифференцированный зачет |
| 4 | 3 | Текущий контроль | Расчет объема рынка               | 5 | 5 | <p>0 баллов - расчет не проведен, либо не соответствует требованиям задания</p> <p>1 балл - расчет проведен с грубыми ошибками, собрана неверная и недостаточная информация, выводы ошибочны и не обоснованы</p> <p>2 балла - расчет проведен с ошибками, собрана неполная или неверная информация, выводы</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                    |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |
|---|---|------------------|--------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                    |   |   | <p>ошибочны и не обоснованы</p> <p>3 балла - расчет проведен с погрешностями на основе неполной информации, выводы не обоснованы</p> <p>4 балла - расчет проведен без ошибок, есть погрешности в собранной исходной информации и обосновании выводов</p> <p>5 баллов - расчет проведен с учетом требований задания, в полной мере обоснован</p>                                                                                                      |                          |
| 5 | 3 | Текущий контроль | Презентация маркетингового обоснования технологической бизнес-идеи | 5 | 5 | <p>Максимум за презентацию можно получить 5 баллов, по одному баллу за каждый критерий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- презентация соответствует требованиям</li> <li>- все разделы раскрыты полно на слайдах</li> <li>- презентация не содержит существенных ошибок</li> <li>- доклад соответствует таймингу, все темы раскрыты</li> <li>- ответы на вопросы даны по существу и полные</li> </ul>                                     | дифференцированный зачет |
| 6 | 3 | Текущий контроль | Контрольный тест по основам инновационного маркетинга              | 5 | 5 | В тесте 15 вопросов, за каждый верный ответ начисляется 0.33 балла                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | дифференцированный зачет |
| 7 | 3 | Текущий контроль | Разработка концепции MVP                                           | 5 | 5 | <p>0 баллов - MVP не разработан, либо не соответствует требованиям задания</p> <p>1 балл - MVP разработан с грубыми ошибками, не соответствует формату, отражено недостаточное количество функционала, выводы ошибочны и не обоснованы</p> <p>2 балла - MVP разработан с ошибками, не соответствует формату, отражено недостаточное количество функционала, выводы ошибочны и не обоснованы</p> <p>3 балла - MVP разработан с ошибками, частично</p> | дифференцированный зачет |

|    |   |                  |                                                                  |    |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |
|----|---|------------------|------------------------------------------------------------------|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                  |                                                                  |    |    | соответствует формату, отражено недостаточное количество функционала, выводы не обоснованы<br>4 балла - MVP<br>соответствует формату, отражено достаточное количество функционала, выводы частично обоснованы<br>5 баллов - MVP<br>разработан с учетом требований задания, в полной мере обоснован                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          |
| 8  | 3 | Текущий контроль | Разработка модели Lean Canvas                                    | 5  | 5  | 0 баллов - бизнес-модель не разработана, либо не соответствует требованиям задания<br>1 балл - бизнес-модель разработана с грубыми ошибками, не соответствует формату, собрана недостоверная и недостаточная информация, выводы ошибочны и не обоснованы<br>2 балла - бизнес-модель разработана с ошибками, собрана недостоверная и недостаточная информация, выводы ошибочны и не обоснованы<br>3 балла - бизнес-модель разработана с ошибками, собрана недостаточная информация, выводы не обоснованы<br>4 балла - бизнес-модель соответствует требованиям, выводы частично обоснованы<br>5 баллов - бизнес-модель разработана с учетом требований задания, в полной мере обоснован | дифференцированный зачет |
| 9  | 3 | Текущий контроль | Тестирование по фазам жизненного цикла стартапа и разработке MVP | 5  | 5  | В тесте 15 вопросов, за каждый верный ответ начисляется 0.33 балла                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | дифференцированный зачет |
| 10 | 3 | Текущий контроль | Контрольный тест по материалам дисциплины                        | 30 | 30 | В тесте 15 вопросов, за каждый верный ответ 2 балла, максимум 30 баллов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | дифференцированный зачет |

|    |   |                          |       |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |
|----|---|--------------------------|-------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 11 | 3 | Промежуточная аттестация | Зачет | - | 3 | 0 баллов - ответы не даны или даны с грубыми ошибками и упущениями<br>1 балл - ответы даны частично, информация неполная, есть ошибки либо отсутствие ответа на уточняющие вопросы<br>2 балла - ответы даны, однако допущены незначительные ошибки, на незначительную часть уточняющих вопросов ответы даны не были<br>3 балла - ответы даны в полной мере | дифференцированный зачет |
|----|---|--------------------------|-------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| дифференцированный зачет     | Оценка за дисциплину формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Если студент не согласен с оценкой, полученной по результатам текущего контроля, студент проходит мероприятие промежуточной аттестации в виде собеседования по темам дисциплины. В этом случае оценка за дисциплину рассчитывается на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Фиксация результатов учебной деятельности по дисциплине проводится в день проведения дифференцированного зачета при личном присутствии студента. | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                              | № КМ |    |    |    |    |   |    |   |    |    |    |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|----|----|---|----|---|----|----|----|
|             |                                                                                                                                                                                                                                                  | 1    | 2  | 3  | 4  | 5  | 6 | 7  | 8 | 9  | 10 | 11 |
| УК-2        | Знает: понятие и инструменты технологического бизнеса; процесс планирования, проектирования и разработки технологий эффективного производства продуктов технологического предпринимательства; основы дизайн-мышления и методы генерирования идей |      |    |    |    |    | + |    |   | ++ |    | +  |
| УК-2        | Умеет: генерировать технологические бизнес-идеи и проводить их маркетинговую валидацию, разрабатывать план процесса customer development; определять подходящие инструменты маркетинга для решения задач рыночного продвижения бизнес-идеи       | ++   | ++ | ++ | ++ | ++ |   |    |   |    |    | +  |
| УК-2        | Имеет практический опыт: селекции технологических бизнес-идей по различным критериям в условиях ресурсных ограничений, валидации бизнес-идей, проведения маркетинговых исследований                                                              |      | ++ | ++ | ++ | ++ |   | ++ |   |    |    | +  |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студента

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студента

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|---------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт          | Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/412942">https://urait.ru/bcode/412942</a> (дата обращения: 28.01.2022). |
| 2 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт          | Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/468966">https://urait.ru/bcode/468966</a> (дата обращения: 28.01.2022).            |
| 3 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт          | Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/469320">https://urait.ru/bcode/469320</a> (дата обращения: 28.01.2022).           |

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

#### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

| Вид занятий                     | № ауд.     | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Практические занятия и семинары | 410<br>(1) | компьютер с подключением к интернету, проектор, экран, доска                                                                                     |
| Лекции                          | 410<br>(1) | компьютер с подключением к интернету, проектор, экран, доска                                                                                     |
| Зачет                           | 501<br>(1) | компьютеры, АСТ-тест                                                                                                                             |