

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Утверждаю:

Зав. кафедрой твердотельной электроники

Небольсин В.А.

«17» января 2025 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Технологическое предпринимательство»**

Направление подготовки: 14.04.01 – «Ядерная энергетика и теплофизика»

Программа магистратуры: Технологические системы холодоснабжения атомных электростанций

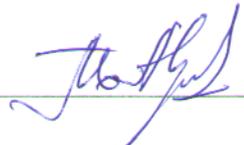
Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Срок освоения образовательной программы: 2 года

Год начала подготовки: 2026

Разработчик



М.А. Авдеев

Процесс изучения дисциплины «Технологическое предпринимательство» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Перечень планируемых результатов обучения и показателей оценивания сформированности компетенций на этапе промежуточной аттестации

№ п/п		Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Тип ОМ	Показатели оценивания
1	<i>УК-1</i>	Знает приемы и алгоритмы анализа проблемной ситуации как системы, и выявления ее составляющих и связей между ними	Вопросы к зачету	Полнота знаний
		Умеет осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации	Стандартные задания	Наличие умений
		Владеет навыками разработки стратегии достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности	Прикладные задания	Наличие навыков
2	<i>УК-2</i>	Знает как формулировать в рамках обозначенной проблемы, цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	Вопросы к зачету	Полнота знаний
		Умеет представлять результат деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата; формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организовывать и координировать работу участников проекта, способствовать конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами	Стандартные задания	Наличие умений
		Владеет навыками публичного представления результатов проекта (или отдельных его этапов)	Прикладные задания	Наличие навыков

3	УК-3	Знает как организовать и координировать работу участников проекта, способствовать конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов	Вопросы к зачету	Полнота знаний
		Умеет учитывать в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения людей, с которыми работает/ взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий	Стандартные задания	Наличие умений
		Владеет навыками предвидения результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий; навыками планирования командной работы, распределения поручений и делегирования полномочий членам команды; навыками организации обсуждения разных идей и мнений	Прикладные задания	Наличие навыков
4	УК-6	Знает как определять приоритеты своей деятельности, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе мировоззренческих принципов	Вопросы к зачету	Полнота знаний
		Умеет использовать личностный потенциал в социальной среде для достижения поставленных целей; демонстрировать социальную ответственность за принимаемые решения, учитывать правовые и культурные аспекты, обеспечивать устойчивое развитие при ведении профессиональной и иной деятельности	Стандартные задания	Наличие умений
		Владеет навыками оценки своей деятельности, соотнесения цели, способов и средств выполнения деятельности с её результатами	Прикладные задания	Наличие навыков

ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ И ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА ЭТАПЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Показатели оценивания компетенций	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенции			
	Неудовлетворительный	Минимально допустимый (пороговый)	Средний	Высокий
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение.	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству профессиональных задач.	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных профессиональных задач

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Вопросы для оценки результатов обучения, характеризующих сформированность компетенций

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
1.	Сущность и свойства инноваций
2.	Модели инновационного процесса
3.	Роль предпринимателя в инновационном процессе
4.	Классификации инноваций
5.	Смена технологических укладов
6.	Подрывные инновации
7.	Инновационная среда и ее структура
8.	Концепция инновационного потенциала
9.	Сущность и структура национальных инновационных систем
10.	Элементы инновационной инфраструктуры
11.	Микросреда компании
12.	Макросреда компании
13.	Виды и особенности рынков
14.	Основные показатели оценки размера рынка
15.	Технопарки и научные парки
16.	Бизнес-инкубаторы
17.	Центры трансфера технологий (ЦТТ)
18.	Центры прототипирования
19.	Центры коллективного пользования научным оборудованием
20.	Концептуальная схема построения национальных инновационных систем
УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
1.	Генерирование бизнес-идей
2.	Создание бизнес-модели
3.	Формализация бизнес-модели
4.	Шаблон А. Остервальдера и И. Пинье
5.	Трансформация бизнес-модели в бизнес-план
6.	Основные виды маркетинговых исследований
7.	Классификация методов маркетинговых исследований
8.	Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов
9.	Оценка рынка и целевой сегмент
10.	Комплекс маркетинга
11.	Особенности продаж инновационных продуктов
12.	Жизненный цикл продукта
13.	Методы разработки продукта
14.	Оценка уровня готовности технологии
15.	Теория решения изобретательских задач
16.	Теория ограничений
17.	Умное производство
18.	Концепция customer development
19.	Методы моделирования потребностей потребителей
20.	Модель потребительского поведения
УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая	

командную стратегию для достижения поставленной цели	
1.	Создание команды
2.	Тимбилдинг
3.	Командный лидер
4.	Виды лидерства. Сравнение единоличного и командного лидеров
5.	Распределение ролей в команде
6.	Методы оценки соответствия роли
7.	Командный дух
8.	Развитие команды
9.	Мозговой штурм
10.	Метод «шести шляп»
11.	Составление ментальных карт
12.	Синектика
13.	Подготовка слайдов презентации к публичному выступлению
14.	Подготовка к выступлению с презентацией проекта
15.	Соотношение роли и командной функции
16.	Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?
17.	Чем команда отличается от малой группы?
18.	Роль предпринимателя в инновационном процессе
19.	«Ядро» команды
20.	Субкультура команды
УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
1.	Понятия интеллектуальной собственности и ее охраны
2.	Общие свойства интеллектуальной собственности
3.	Интеллектуальные права
4.	Авторское право и патентное право
5.	Системы патентования
6.	Процедура патентования
7.	Секреты производства (ноу-хау)
8.	Правовые инструменты приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности
9.	Средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий
10.	Трансфер технологий
11.	Варианты коммерциализации интеллектуальной собственности
12.	Типы лицензирования интеллектуальной собственности и их применение
13.	Расчет цены лицензии и виды лицензионных вознаграждений
14.	Виды презентаций проекта
15.	Общая структура эффективных презентаций проекта
16.	Структура презентации
17.	Баланс презентации между эмоциональностью выступающего и его рациональными аргументами
18.	Дерево страхов выступающего
19.	Подготовка слайдов презентации к публичному выступлению
20.	Подготовка к выступлению с презентацией проекта
21.	Понятие стартапа
22.	Методики развития стартапа
23.	Этапы развития стартапа

24.	<i>Новые технологии и промышленные корпорации</i>
25.	<i>Факторы, ограничивающие внедрение новых технологий в индустрию</i>
26.	<i>Мировой рынок НИОКР и открытые инновации</i>
27.	<i>Процесс формирования коммерческого предложения для НИОКР-контракта</i>
28.	<i>Проведение переговоров для заключения контракта с индустриальным заказчиком</i>
29.	<i>Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития стартапа</i>
30.	<i>Финансовое моделирование инновационного проекта</i>
31.	<i>Инвестиционная привлекательность и эффективность проекта</i>
32.	<i>Методы оценки эффективности проектов</i>
33.	<i>Оценка проектов на ранних стадиях инновационного развития</i>
34.	<i>Типология рисков проекта</i>
35.	<i>Риск-менеджмент</i>
36.	<i>Оценка рисков</i>
37.	<i>Карта рисков инновационного проекта</i>
38.	<i>Денежные потоки инновационного проекта</i>
39.	<i>Новая роль университетов как ключевого фактора инновационного развития государства</i>
40.	<i>Новации и инновации</i>

**Практические задания для оценки результатов обучения,
характеризующих сформированность компетенций**

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
1.	<i>Инновации — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в (отметьте неправильный вариант):</i> <i>А. Новых продуктах.</i> <i>В. Новом технологическом процессе.</i> <i>С. Новом способе организации производства.</i> <i>Д. Новом дизайне упаковки продукта.</i>
2.	<i>К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:</i> <i>А. Научно-техническая новизна.</i> <i>В. Производственная применимость.</i> <i>С. Коммерческий потенциал.</i> <i>Д. Усовершенствованный дизайн.</i>
3.	<i>Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам:</i> <i>А. Схема нового вида летательного аппарата.</i> <i>В. Новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании.</i> <i>С. Найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta.</i> <i>Д. Выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения.</i>
4.	<i>Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?</i> <i>А. Этап прототипа (модели продукта).</i> <i>В. Этап патентования.</i> <i>С. Этап производства.</i> <i>Д. Этап первых продаж.</i>
5.	<i>К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится:</i>

	<p>A. Публичная презентация нового продукта.</p> <p>B. Стратегические альянсы с другими компаниями.</p> <p>C. Создание корпоративных венчурных фондов.</p> <p>D. Заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний.</p>
6.	<p>К эпохальным инновациям можно отнести:</p> <p>A. Освоение скотоводства.</p> <p>B. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.</p> <p>C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).</p> <p>D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).</p>
7.	<p>К улучшающим инновациям можно отнести:</p> <p>A. Освоение скотоводства.</p> <p>B. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.</p> <p>C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).</p> <p>D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).</p>
8.	<p>К псевдоинновациям можно отнести:</p> <p>A. Освоение скотоводства.</p> <p>B. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.</p> <p>C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).</p> <p>D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).</p>
9.	<p>В число «пяти типичных изменений» Й. Шумпетера, которые характеризуют инновации, НЕ входит:</p> <p>A. Внедрение нового продукта, с которым потребитель еще не знаком, либо нового уровня качества существующей продукции.</p> <p>B. Внедрение новых методов производства, которые либо основываются на научных открытиях, либо могут представлять собой новый способ коммерческого использования продукта или сырья.</p> <p>C. Открытие нового рынка, на который еще не заходила определенная отрасль производства некоторой страны вне зависимости от того, существовал этот рынок раньше или нет.</p> <p>D. Внедрение новых нормативно-правовых актов, способствующих внедрению инноваций в деятельность предприятий.</p>
10.	<p>К примерам новых или усовершенствованных технологических процессов НЕ относится:</p> <p>A. Расшифровка генома человека.</p> <p>B. Технологическая цепочка в McDonalds.</p> <p>C. Новые виды выплавки стали и обработки металлов.</p> <p>D. Сервисы «Яндекса».</p>
11.	<p>К примерам инновационных продуктов — товаров и услуг — НЕ относят:</p> <p>A. Копировальную технику XEROX.</p> <p>B. Электроавтомобили TESLA.</p> <p>C. Сервисы «Яндекса».</p> <p>D. Технологическую цепочку в McDonalds</p>
12.	<p>Обязательным условием превращения новшества в инновацию является:</p> <p>A. Коммерциализация.</p> <p>B. Патентование.</p> <p>C. Создание нового продукта.</p> <p>D. Регистрация торговой марки.</p>
13.	<p>Модель инновационного процесса представляет собой последовательность элементов в следующем порядке:</p>

	<p>A. Новшество, прототип, инновация, диффузия. B. Инновация, прототип, новшество, диффузия. C. Новшество, инновация, прототип, диффузия. D. Новшество, диффузия, прототип, инновация.</p>
14.	<p>К внутренней среде субъектов инновационного процесса относится: A. Инновационная инфраструктура. B. Инновационный потенциал. C. Бизнес-инкубаторы.</p>
15.	<p>К элементам инновационного потенциала относят: A. Стратегический план социально-экономического развития. B. Интеллектуальные ресурсы (технологическая документация, патенты, лицензии, бизнес-планы по освоению новшеств). C. Институциональную среду государства.</p>
16.	<p>К внешним условиям, благоприятствующим инновационному развитию, относятся: A. Формирование национальной инновационной системы. B. Развитие бренда. C. Матричная модель инновационного процесса.</p>
17.	<p>В структуру национальной инновационной системы обязательно входят два блока: A. Структура затрат и источники финансирования. B. Научно-производственная и институциональная среда. C. Интеллектуальные ресурсы и финансовые отчеты организации.</p>
18.	<p>Институциональная среда национальной инновационной системы предполагает: A. Наличие цепочки создания стоимости. B. Наличие комплекса институтов правового, финансового и социального характера. C. Наличие экспортного потенциала.</p>
19.	<p>В блок «Источники идей» национальной инновационной системы входят: A. Инновационная инфраструктура. B. Университеты, лаборатории, научные отделы корпораций. C. Технопарки.</p>
20.	<p>Кому принадлежит лидирующая роль в концепции «тройной спирали»? A. Государству. B. Высококвалифицированным кадрам. C. Университетам.</p>
УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
1.	<p>Что является основой возникновения бизнес-идеи? A. возможности B. ценности C. получение прибыли</p>
2.	<p>Бизнес-модель — это: A. бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана B. концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли) C. соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке</p>
3.	<p>Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются: A. сочетание динамического и статического подхода к бизнес-моделированию процессов B. использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса C. целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как</p>

	<i>корпоративная стратегия, структурные, финансовые, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте</i>
4.	<p><i>Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:</i></p> <p>А. постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями</p> <p>В. эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами</p> <p>С. эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать</p>
5.	<p><i>Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:</i></p> <p>А. ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты</p> <p>В. потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек</p> <p>С. внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики</p>
6.	<p><i>Стадии бизнес-планирования включают в себя:</i></p> <p>А. определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности</p> <p>В. стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование</p> <p>С. определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков</p>
7.	<p><i>Стратегические решения обладают следующими характеристиками:</i></p> <p>А. необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления</p> <p>В. характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников</p> <p>С. принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации</p>
8.	<p><i>Дайте определение целям компании:</i></p> <p>А. желание стартапера или предпринимателя достигнуть результатов</p> <p>В. управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки</p> <p>С. получение прибыли и коммерциализация идеи</p>
9.	<p><i>Стадии традиционного жизненного цикла продукта, расположенные в правильном порядке, описываются последовательностью:</i></p> <p>А. изучение рынка, разработка продукта, вывод на рынок и привлечение клиентов, продажи, обслуживание, утилизация</p> <p>В. разработка продукта, изучение рынка, вывод на рынок и привлечение клиентов, продажи, обслуживание, утилизация</p> <p>С. изучение рынка, разработка продукта, обслуживание, вывод на рынок и привлечение клиентов, продажи, утилизация</p> <p>Д. разработка продукта, вывод на рынок и привлечение клиентов, продажи, изучение рынка, обслуживание, утилизация</p>

10.	<p>Стадия выхода на рынок и продаж описывается отдельным жизненным циклом товара, который состоит из следующей последовательности стадий:</p> <p>A. выход на рынок, рост, зрелость, спад</p> <p>B. рост, зрелость, спад, утилизация</p> <p>C. выход на рынок, привлечение клиентов, рост, спад</p> <p>D. привлечение клиентов, максимизация прибыли, максимизация объема продаж, спад</p>
11.	<p>Каскадный метод разработки продукта (метод водопада) состоит из следующей последовательности стадий (укажите правильную последовательность):</p> <p>A. анализ требований, планирование, реализация, тестирование, установка, поддержка</p> <p>B. планирование, анализ требований, реализация, тестирование, установка, поддержка</p> <p>C. планирование, тестирование, анализ требований, реализация, установка, поддержка</p> <p>D. анализ требований, планирование, тестирование, реализация, установка, поддержка</p>
12.	<p>Гибкий метод разработки продукта (agile) состоит из следующей последовательности стадий в пределах одного цикла (укажите правильную последовательность):</p> <p>A. создание версии продукта, тестирование, демонстрация клиенту, обратная связь от клиента, изменение требований</p> <p>B. создание версии продукта, демонстрация клиенту, обратная связь от клиента, изменение требований, тестирование</p> <p>C. создание версии продукта, тестирование, изменение требований, демонстрация клиенту, обратная связь от клиента</p> <p>D. создание версии продукта, обратная связь от клиента, тестирование, демонстрация клиенту, изменение требований</p>
13.	<p>Преимуществами модели водопада НЕ являются:</p> <p>A. очень подробное документирование процесса на каждой стадии</p> <p>B. требования к продукту четко определены</p> <p>C. страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию</p> <p>D. гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций</p>
14.	<p>Недостатками метода гибкой разработки НЕ являются:</p> <p>A. не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема</p> <p>B. некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки</p> <p>C. продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях</p> <p>D. менее подробная документация и стандартизация продукта</p>
15.	<p>Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (выберите правильный ответ):</p> <p>A. привлечь финансирование в проект</p> <p>B. устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие</p> <p>C. получить патент на изобретение</p> <p>D. начать разработку продукта</p>
16.	<p>Основным принципом теории ограничений является (выберите правильный ответ):</p> <p>A. нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов</p> <p>B. в системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, толь-</p>

	<p>ко одно узкое место С. ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства D. прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек</p>
17.	<p>Исследование заключалось в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это: A. глубинное интервью B. хоум-тест C. холл-тест D. фокус-группа</p>
18.	<p>Что такое маркетинг-микс? A. набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга B. набор факторов, влияющих на маркетинг C. комплекс стратегических партнеров D. секретная формула продукта</p>
19.	<p>Что не входит в маркетинг-микс? A. продуктовая политика B. ценовая политика C. политика поведения на переговорах D. сбытовая политика</p>
20.	<p>Что такое B2B-рынок? A. рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства B. рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления C. рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя D. рынок «покупатель — покупателю»</p>
<p>УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	
1.	<p>НЕ относятся к малой группе: A. Пассажиры поезда. B. Работники парикмахерской. C. Рабочие строительной бригады.</p>
2.	<p>Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера: A. Харизма. B. Умение правильно распределять роли. C. Либерализм.</p>
3.	<p>На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа: A. однозначно да B. да, если время и место было согласованы со всеми заранее C. нет, это объективные причины</p>
4.	<p>В группе низкая экспансивность, это: A. мешает сформировать команду B. помогает сформировать команду C. никак не скажется на формировании команды</p>
5.	<p>Работа в команде имеет следующее преимущество: A. снижает время на принятие решений B. упрощает процесс распределения прибыли</p>

	<i>С. повышает креативность</i>
6.	Создание онлайн-команды (без очных встреч): А. неизбежно В. возможно С. невозможно
7.	К заповедям формирования командного духа относится: А. безоговорочное подчинение В. совместная работа С. отказ от увольнения работников
8.	Командный дух предполагает: А. чувство общности В. четкое выполнение инструкций С. отсутствие лидера
9.	Первым этапом тимбилдинга является: А. создание ядра команды В. формирование стратегии команды С. подбор участников и распределение ролей D. формирование командного духа и субкультуры команды
10.	Самая короткая презентация проекта (1 минута), включающая в себя только три блока: проблема, решение и перспектива монетизации проекта, называется А. лифтовой презентацией В. презентацией идеи С. презентацией для привлечения инвестиций
11.	Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов? А. объем рынка, количество конкурентов В. объем инвестиций, доходность инвестиций, риски при реализации проекта С. оценка опыта команды
12.	Презентация средней длительности (3 минуты), передающая замысел проекта и наиболее часто применяющаяся во время конкурсов, называется А. лифтовой презентацией В. презентацией идеи С. презентацией для привлечения инвестиций
13.	Чем отличается презентация при проблемном интервью от продающей презентации? А. проблемное интервью имеет целью получить информацию о проблеме клиента от него самого, продающая презентация делается для того, чтобы убедить клиента приобрести продукт В. в проблемном интервью нужно рассказать клиенту о его проблеме, а при проведении продающей презентации нужно рассказать клиенту, как блестяще эта проблема решена С. в проблемном интервью задаются вопросы, а в продающей презентации делаются утверждения
14.	Наиболее длинная презентация (7-10 минут), включающая в себя максимальную информацию о проекте, в том числе описание конкурентов, планы, информацию о том, что уже сделано и сколько нужно денег на проект, называется А. лифтовой презентацией В. презентацией идеи С. презентацией для привлечения инвестиций
15.	Какая информация является ключевой для технического персонала? А. стоимость продукта

	<p><i>В. упаковка и дизайн продукта</i> С. технические характеристики продукта и возможность его встраивания в существующую инфраструктуру</p>
16.	<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>
17-20.	<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 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, и ответьте на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	
1.	<p>Охрана интеллектуальной собственности в общем случае имеет</p> <p>А. национальный характер <i>В. коалиционный (союзный) характер</i> <i>С. международный характер</i></p>
2.	<p>Среди перечисленных ниже самых общих свойств всех объектов интеллектуальной собственности (исключения не рассматриваются) укажите лишнее</p> <p>А. бессрочный (неограниченный во времени) характер действия всех интеллектуальных прав <i>В. нематериальность</i> <i>С. территориальный (национальный) характер признания, действия и защиты прав на интеллектуальную собственность</i></p>
3.	<p>Автором результатов интеллектуальной деятельности может быть</p> <p>А. только физическое лицо <i>В. только юридическое лицо</i></p>

	<i>С. и физическое, и юридическое лицо</i>
4.	<p>Что понимают под трансфером технологий?</p> <p>А. формальную передачу прав на использование и коммерциализацию инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне</p> <p><i>В. самостоятельное практическое использование и коммерциализацию технологической разработки субъектом, выполняющим научные исследования, в собственном производстве</i></p> <p><i>С. создание объекта интеллектуальной собственности для собственных нужд и дальнейшего применения для перспективных исследований и разработок</i></p>
5.	<p>Каково базовое условие, обеспечивающее вам (вашей компании) возможность использовать бизнес-модель «Лицензирование»?</p> <p>А. наличие у вас (вашей компании) соответствующих интеллектуальных прав на объект интеллектуальной собственности</p> <p><i>В. спрос на ваши (вашей компании) разработки со стороны конкурентов</i></p> <p><i>С. наличие у потенциального «покупателя» ресурсов для выполнения собственных НИОКР, проведения патентного поиска и обеспечения правовой охраны вашей (вашей компании) разработки</i></p>
6.	<p>Можно ли назвать компанию IBM, «продающую» права на использование технологий, патенты на которые ей принадлежат, «патентным троллем»?</p> <p>А. нет</p> <p><i>В. да</i></p> <p><i>С. да, но только в случае, если IBM не использует эти технологии в собственной производственной деятельности</i></p>
7.	<p>Без каких условий лицензионный договор не будет считаться заключенным?</p> <p>А. предмет (путем указания на объект интеллектуальной собственности, право использования которого предоставляется); способы использования объекта интеллектуальной собственности; размер вознаграждения за использование объекта интеллектуальной собственности или способ его определения либо указание на безвозмездность договора</p> <p><i>В. предмет (путем указания на объект интеллектуальной собственности, право использования которого предоставляется); способы использования объекта интеллектуальной собственности; территория использования объекта интеллектуальной собственности; срок</i></p> <p><i>С. действия договора; размер вознаграждения за использование объекта интеллектуальной собственности или способ его определения либо указание на безвозмездность договора</i></p> <p><i>Д. способы использования объекта интеллектуальной собственности; срок действия договора; ответственность за нарушение договора</i></p>
8.	<p>Какой тип лицензии наиболее выгоден для лицензиара и почему?</p> <p>А. простая (неисключительная) лицензия, потому что лицензиар сможет «продать» права на разработку и другим «покупателям»</p> <p><i>В. простая (неисключительная) лицензия, потому что цена сделки будет выше, нежели чем при заключении договора исключительной лицензии, ведь объем передаваемых прав значительно больше при простой лицензии</i></p> <p><i>С. исключительная лицензия, так как с лицензиара снимается обязательство по уплате пошлин за поддержание патента в силе, при этом лицензиар сохраняет за собой права использовать данный объект интеллектуальной собственности самостоятельно (для своих нужд)</i></p>
9.	<p>Каким образом может быть исчислена цена лицензионного договора в виде роялти?</p> <p>А. на основании процента от выручки лицензиата, полученной от продажи продукта, основанного на технологии, права на которую переданы по ли-</p>

	<p>лицензионному договору</p> <p><i>В. на основании четко оговоренной суммы, не превышающей стоимости затрат лицензиара на разработку</i></p> <p><i>С. на основании процента от величины ежемесячного фонда оплаты труда работников лицензиара</i></p>
10.	<p><i>По форме правовой охраны объекта интеллектуальной собственности, право использования которого предоставляется, лицензии бывают (укажите лишнее)</i></p> <p>А. авторские</p> <p><i>В. патентные</i></p> <p><i>С. беспатентные</i></p> <p><i>Д. гибридные</i></p>
11.	<p><i>Решение правительства требуется для выдачи</i></p> <p>А. обязательных лицензий</p> <p><i>В. принудительных лицензий</i></p> <p><i>С. открытых лицензий</i></p> <p><i>Д. чистых лицензий</i></p>
12.	<p><i>Лицензиар не сохраняет права на предоставление лицензий другим лицам (кроме лицензиата) и не сохраняет за собой права использовать данный объект интеллектуальной собственности самостоятельно (для своих нужд) никаким способом в течение всего срока действия</i></p> <p>А. исключительной лицензии</p> <p><i>В. неисключительной лицензии</i></p> <p><i>С. простой лицензии</i></p>
13.	<p><i>К обязательным условиям лицензионного договора не относится</i></p> <p>А. срок действия</p> <p><i>В. предмет (указание на объект)</i></p> <p><i>С. способ использования</i></p> <p><i>Д. цена</i></p>
14.	<p><i>К факультативным условиям лицензионного договора не относится</i></p> <p>А. цена</p> <p><i>В. срок действия</i></p> <p><i>С. территория разрешенного использования</i></p>
15.	<p><i>По законодательству Российской Федерации, срок, на который заключается лицензионный договор</i></p> <p>А. не может превышать срок действия исключительного права на объект интеллектуальной собственности</p> <p><i>В. может превышать срок действия исключительного права на объект интеллектуальной собственности</i></p> <p><i>С. не может превышать 5 лет</i></p>
16.	<p><i>Каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»)?</i></p>
17-20.	<p><i>Поясните, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса (push или pull) относятся процессы, связанные с созданием приведенных ниже продуктов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. Светодиодный фонарь.</i> <i>2. Нержавеющая сталь.</i> <i>3. Кондиционер.</i> <i>4. DVD-диски.</i>