МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ
по дисциплине «Технологическое предпринимательство»
для студентов направления подготовки
11.03.02 Инфокоммуникационные технологии и системы связи
направленность (профиль) Интеллектуальная обработка данных в инфокоммуникационных системах и сетях

Ставрополь, 2026 г.

Методические указания содержат задания к практическим занятиям, требования и методику их выполнения по дисциплине «Технологическое предпринимательство».

Предназначены для студентов направления подготовки 11.03.02 Инфокоммуникационные технологии и системы связи направленность (профиль) Интеллектуальная обработка данных в инфокоммуникационных системах и сетях.

.

Составитель: канд. экон. наук, доцент Шарунова Е.В.

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение ..... 4
Практическая работа 1. Технологическое предпринимательство. Основные понятия и определения ..... 5
Практическая работа 2. Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды ..... 7
Практическая работа 3 Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды ..... 9
Практическая работа 4. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план ..... 12
Практическая работа 5. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план ..... 14
Практическая работа 6. Маркетинг. Оценка рынка ..... 16
Практическая работа 7. Маркетинг. Оценка рынка ..... 18
Практическая работа 8. Разработка продукта и выведение его на рынок ..... 21
Практическая работа 9. Разработка продукта и выведение его на рынок. ..... 22
Практическая работа 10. Риски и методы управления ими ..... 25
Практическая работа 11. Риски и методы управления ими ..... 28
Практическая работа 12. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта ..... 30
Практическая работа 13. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта ..... 32
Практическая работа 14. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование ..... 34
Практическая работа 15. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование ..... 37
Практическая работа 16. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование ..... 40
Список рекомендуемой литературы ..... 43

## Введение

Изучение дисциплины «Технологическое предпринимательство» нацелено на формирование у студентов необходимых теоретических и практических основ организации и ведения бизнеса в современных условиях.

При изучении этой дисциплины должны быть реализованы следующие основные задачи:

- знакомство учащихся с теорией и практикой ведения технологического бизнеса;
- изучение основ создания собственного дела в области технологического предпринимательства;
- приобретение навыков применения современных цифровых инструментов и адаптации теоретических знаний к российской практике предпринимательства;
- ознакомление с процессом предпринимательской деятельности, реализацией предпринимательского проекта, бизнес - планированием, привлечением ресурсов;
- изучение особенностей формирования команды проектов в сфере технологического предпринимательства;

В результате изучения дисциплины студенты получают практические навыки по организации собственного дела в сфере технологического предпринимательства, по решению задач текущей предпринимательской деятельности, по поиску новых инновационных и прогрессивных идей и ресурсов для развития бизнеса; получают навыки командного взаимодействия при совместной работе в рамках реализации инновационного проекта.

При выполнении практических работ студенты поэтапно осуществляю разработку бизнес-проекта по технологическому предпринимательству по своей уникальной инновационной идее. Работа над проектом предусматривает разделение академический группы на команды, численностью до трех человек, также работы можно выполнять индивидуально.

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к практическим занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты, материалы статистических сборников.

Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Задания для практических занятий по дисциплине «Технологическое предпринимательство» представлены в соответствии с тематикой рабочей программы.

**Практическая работа 1. Технологическое предпринимательство. Основные понятия и определения**

Цель: сформировать навыки и умения работы с нормативно-правовыми актами, изучить основные понятия и определения технологического предпринимательства

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

**Теоретическая часть**

Технологическое предпринимательство — создание нового бизнеса, в основу устойчивого конкурентного преимущества которого положена инновационная высокотехнологичная (наукоёмкая) идея. От других форм предпринимательства (социального или индивидуального) технологическое предпринимательство отличается тем, что создание новых продуктов или услуг в этом случае напрямую связано с использованием новейших научных знаний и/или технологий, правами на которые обладает компания-разработчик. Из-за специфики производимых продуктов и услуг – высокоспециализированных знаний в различной форме, — а также используемых наукоемкими фирмами ресурсов — интеллектуального капитала — «производственные процессы» в них серьезно отличаются от процессов производства материальных продуктов и строятся по принципам стартапа.

Предпринимательство в сфере инноваций отделилось в обособленную форму в 1990-х годах, когда в Кремниевой долине стали появляться и работать первые высокотехнологические стартапы. Впервые внимание было уделено пути от зарождения идеи до конечной цели — коммерциализации. Существует множество определений понятия предпринимательства в области инновационных технологий, но все они соответствуют утверждению, что такая форма деятельности заключается в синтезе смежных областей бизнеса и инноваций. От традиционных форм предпринимательства технологическое существенно отличается.

Отличительные черты:

- «Предложение рождает спрос». Инновации не связаны с запросами общества, наоборот, развитие общества и технологий зависит от новшеств, привносимых посредством инновационных проектов. Технические инновации предлагаются потребителю и получают успех, когда оказываются эффективными и полезными.
- Эффективность инновации проявляется не в снижении затрат производителя, а в новых качествах или свойствах продукта (технологии, структуры и т.д.).
- Определяющей мотивацией для синтеза инновации выступает создание нового полезного продукта, а не получение прибыли.

**Задание 1**

Приведите примеры новых или усовершенствованных технологических процессов, которые вы знаете.

Приведите примеры инновационных продуктов — товаров и услуг.

Приведите пример компании, которая предоставляет своим клиентам инновационные товары и услуги.

**Задание 2**

Приведите еще несколько примеров изобретений, которые не смогли быть реализованы в коммерчески успешные продукты.

Как вы думаете, в чем основные причины этих неудач?

**Задание 3**

Поясните, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса (push или pull) относятся процессы, связанные с созданием приведенных ниже продуктов.

Светодиодный фонарь.

Нержавеющая сталь.

Кондиционер.

DVD-диски.

**Задание 4**

Приведите примеры подрывных инноваций и «взорванных» ими рынков. Продумайте, могут ли подрывные инновации стать основой для создания вашего инновационного проекта или инновационного стартапа?

**Задание 5**

Приведите примеры предприятий, функционирующих в вашем городе по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

- производственное
- коммерческое
- посредническое
- страховая деятельность
- финансовое

**Задание 6**

На основе задания 1 заполните таблицу, отражающую основные характеристики перечисленных видов предпринимательской деятельности

| Сфера предпринимательской деятельности | Основные функции предпринимателя | Особенность производимого товара (услуги) | Основное поле деятельности | В чем сложность организации бизнеса |
|---|---|---|---|---|
| - производственная | | | | |
| - коммерческая | | | | |
| - посредническая | | | | |
| - страховая | | | | |
| - финансовая | | | | |

**Задание 7**

1. Необходимо сформулировать свою бизнес-идею, обозначив чем является идея - инновационный продукт или технология/процесс.

2. Определить под влиянием какой гипотезы (push-модель или pull-модель) возникла модель инновационного процесса. Обосновать свой ответ.

3. Можно ли вашу инновация отнести к «подрывным инновациям». Обосновать ответ.

4. Запишите, какие основные функции вы будете выполнять как предприниматель

5. Перечислите основные особенности вашего инновационного продукта/технологии.

6. В чем вы видите сложность реализации вашей инновационной идеи.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Определение технологического предпринимательства и предпринимателя.
2. Формы и виды предпринимательской деятельности.
3. Характеристика и этапы предпринимательского процесса.
4. Инновационная направленность предпринимательской деятельности.
5. Классификация инноваций по уровню изменения рынков
6. Классификации инноваций по основным техническим параметрам, сфере распространения, преемственности, охвату и времени выхода на рынок
7. Классификация инноваций по месту в процессе производства и сфере применения

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 2. Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды

Цель: отработать практические навыки создания проектной команды на основе личных особенностей участников, распределения функций в команде для реализации группового проекта.

В результате освоения темы формируется компетенция:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

### Теоретическая часть

Чтобы инновационный проект оказался успешным, должны быть выполнены следующие условия: удачная идея, наличие партнеров или инвесторов, достаточный ресурс времени и пр. Однако самый важный фактор — это профессиональные и личные качества и компетенции участников проектной команды, реализующей данный проект. Если участники проекта по настоящему креативны и талантливы, если они «горят» своей идеей и готовы поддерживать друг друга, то они наверняка смогут добиться успеха.

Основными чертами малой группы являются: немногочисленность; наличие структуры; определенность количественного и качественного состава группы; наличие у каждого из членов группы статуса/ положения в группе; непосредственное общение между членами группы.

Процесс формирования проектной команды включает в себя 4 этапа.

Этап 1. Создание ядра команды. Этим ядром может быть носитель идеи, менеджер проекта, а в идеале — их сочетание

Этап 2. Формирование стратегии команды

Этап 3. Подбор участников и распределение ролей

Этап 4. Формирование командного духа и субкультуры команды

Когда в рабочей команде чётко распределены зоны ответственности и роли каждого участника в процессе — команда результативна и регулярно приносит пользу компании. Но часто бывает так, что сотрудники интуитивно выбирают свои командные роли. И если несколько человек дублируют друг друга по ролям и функциям — возникает конкуренция между сотрудниками и неэффективное распределение ресурсов внутри группы. Из-за этого снижается результативность всей команды. Теория Белбина о командных ролях создана, чтобы решить эту проблему.

Рэймонд Мередит Белбин, доктор психологических наук и директор Belbin Associates Ltd, в 60–70-х годах создал теоретическую модель командных ролей. Она

состоит из 9-ти типов и поделена на 3 группы:

- интеллектуальные роли - генератор идей, аналитик-стратег, специалист;
- социальные роли - душа команды, исследователь ресурсов, координатор;
- роли действия - мотиватор, реализатор, педант.

Главная идея модели: рабочая команда наиболее эффективна, когда состоит из людей с разными способностями, образами мышления и личностными качествами. При этом важно, чтобы члены команды не просто отличались, а дополняли друг друга. Тогда процесс заработает по принципу конвейера, где каждый сотрудник исполняет свои конкретные функции в проекте, а затем передаёт его дальше, по цепочке.

Когда в команде налажен бизнес-процесс — никто из сотрудников не тратит время впустую, не делает двойную работу и не конкурирует между собой. Каждый участник понимает свою роль и делает ровно то, что от него ждут руководитель и его команда.

## Задания

**Задание 1**

Попробуйте ответить на следующий простой тест (табл. 1). Поставьте галочки в каждой строке в соответствии с вашим ответом на вопрос. Если вы ответили «да» хотя бы на пять вопросов, вы вполне готовы формировать команду в удаленном режиме. Сделайте акцент на тех вариантах ответов, где вы указали «нет» или «не знаю», — возможно, вы обнаружите те проблемы и «узкие места», над которыми вам стоит поработать.

Тест на способность формирования команды в удаленном режиме

| Вопрос | Да | Нет | Не знаю |
|---|---|---|---|
| Вы умеете четко формулировать свои мысли и стараетесь всегда понять мнение других? | | | |
| В процессе онлайн общения вы всегда остаетесь самим собой, не пытаясь изобразить из себя кого-то другого? | | | |
| Вы готовы сотрудничать с людьми, даже если знаете их не очень хорошо? | | | |
| Вы способны выслушать критику от малознакомых людей без встречных претензий и упреков, но и не впадая в отчаянье? | | | |
| Вы умеете сопереживать людям, которых никогда лично не видели? | | | |
| Вы выполните любое задание в срок, даже если никто вас не будет контролировать? | | | |

**Задание 2**

Выберите два-три лозунга для своей команды, которые, на ваш взгляд, помогут сформировать командный дух. Дайте обоснование выбору.

Победа любой ценой!
Порядок прежде всего!
Один за всех и все за одного!
Пленных не брать!
Каждый имеет право на ошибку!
Не боги горшки обжигают!
Все или ничего!
Свобода или смерть!
Без борьбы нет победы!

Через тернии к звездам!
Ни шагу назад!
Нет предела совершенству!
Лучшее — враг хорошего!
Здесь и сейчас!
Тише едешь, дальше будешь!

**Задание 3**
**Кейс:**

Один из наиболее опытных разработчиков в вашей команде проекта, где вы – проектный менеджер, постоянно возмущается техническими решениями, которые принимает технический контакт на стороне клиента. Он считает их неверными и пророчит в будущем проблемы, которые будут вызваны последствиями этих решений. Вы начинаете замечать, что эффективность этого разработчика заметно снизилась. Что бы вы могли сделать в такой ситуации, чтобы не допустить негативного влияния на проект?

**Задание 4**
**Кейс:**

Открылся стартап с очень амбициозной задачей — за несколько месяцев разработать уникальный ИТ-продукт. Основателям удалось собрать команду профессионалов, но ясно, что будет непросто. Работа очень интенсивная и напряженная. К тому же стоит ждать проблем и неожиданностей, которые всегда случаются в стартапе. Если бы это была давно сложившаяся, проверенная «в боях» команда, то предстоящие испытания точно оказались бы ей по плечу. Но тут люди еще не сдружились, а некоторые и вовсе работают удаленно, и общаются с новыми коллегами только в мессенджерах.

Предложите мероприятия, позволяющие сплотить абсолютно новый, незнакомый коллектив.

**Задание 5**

1. Для разработки проекта в сфере технологического предпринимательства необходимо сформировать команду и, изучив Теорию Белбина о командных ролях (представленную по ссылке https://ht-lab.ru/knowledge/articles/komandnye-roli-po-r-belbinu/), распределить в ней командные роли по участникам, обосновав свое решение.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Как создать команду?
2. Командный лидер.
3. Распределение ролей в команде.
4. Как мотивировать команду? Командный дух.
5. Развитие команды.

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 3 Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды

Цель: углубление знаний студентов по выбору организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

## Теоретическая часть

В качестве субъектов, осуществляющих деятельность в сфере технологического предпринимательства, выступают индивидуальные предприниматели и юридические лица, которые осуществляют инновационную деятельность. В целом, инновационная деятельность может осуществляться с использованием большинства форм коммерческих организаций, предусмотренных действующим законодательством, прежде всего, хозяйственных обществ и товариществ.

Но указанные виды коммерческих корпораций имеют слабые стороны в плане их использования для создания инновационных предприятий.

Во-первых, недостатком обществ с ограниченной ответственностью и акционерных обществ как организационно-правовых форм осуществления инновационной деятельности является высокая степень императивности регулирования порядка формирования (изменения) уставного капитала, отсутствие в действующем законодательстве РФ категории «переменного капитала», что «серьезно затрудняет возможность реализации столь важного для венчурных компаний постадийного финансирования».

Во-вторых, в обществах, даже при наличии возможности заключать корпоративные договоры, отсутствует возможность заключения всеобъемлющих гибких соглашений, в которых будут участвовать не только акционеры (участники), но и само общество либо третьи лица. В этой связи следует отметить позицию Верховного Суда РФ, который исходит из того, что споры, вытекающие из инвестиционных договоров, заключенных между инвестором и хозяйственным обществом, не относятся к числу корпоративных споров, соответственно, инвесторы обществ не признаются участниками корпоративных отношений.

В-третьих, в случае ликвидации или несостоятельности (банкротства) хозяйственных обществ участники инновационного бизнес-проекта не имеют возможности в первоочередном порядке приобрести права на результаты интеллектуальной деятельности и тем самым защитить свои интеллектуальные права.

Указанные обстоятельства снижают привлекательность хозяйственных обществ для осуществления инновационной, в том числе, венчурной деятельности. В связи с этим, особо следует обратить внимание на специфические организационно-правовые формы осуществления инновационной деятельности. Такой особой организационно-правовой формой коммерческих организаций, которая была введена в Гражданский кодекс РФ с целью обеспечения возможности осуществления инновационной деятельности и реализации венчурных проектов является хозяйственное партнерство.

## Задания

### Задание 1

Соотнесите организационно-правовую форму и вид деятельности организации. Ответ обоснуйте.

| Организационно-правовая форма | Вид деятельности организации |
|---|---|
| 1. Общество с ограниченной ответственностью | А. Транспортные услуги |
| 2. Потребительский кооператив | Б. Университет |
| 3. Унитарное предприятие | В. Ремонт обуви |
| 4. Холдинг | Г. Магазин по продаже канцтоваров |

| | |
|---|---|
| 5. Публичное акционерное общество | Д. Автомобильный завод |
| 6. Индивидуальный предприниматель | Е. Оказание услуг связи |
| 7. Концерн | Ж. Гаражное объединение |
| 8. Непубличное акционерное общество | З. Жилищно -коммунальные услуги |
| 9. Хозяйственное товарищество | И. Производство агропромышленной продукции |
| 10. Учреждение | К. Издательские работы |

**Задание 2**

Заполните таблицу, указав недостатки и преимущества отдельных организационно-правовых форм ведения бизнеса при разработке и реализации проекта в сфере технологического предпринимательства.

| Организационно-правовая форма | Преимущества | Недостатки |
|---|---|---|
| Общество с ограниченной ответственностью | | |
| Непубличное акционерное общество | | |
| Публичное акционерное общество | | |
| Производственные кооперативы | | |
| Малое инновационное предприятие | | |
| Индивидуальное предпринимательство | | |
| …. | | |

**Задание 3**

1. В соответствии с бизнес-идеей, сформулированной в рамках практической работы 1 и заполненной таблицей в предыдущем задании, необходимо выбрать и обосновать организационно-правовую форму ведения будущего бизнеса для реализации проекта.

2. Изучив информацию, представленную на сайте ФНС России https://service.nalog.ru/gosreg/index.html#ip, подготовить список документов, необходимых для открытия бизнеса в соответствии с выбранной организационно-правовой формой.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия;
2. Виды организационно-правовых форм предпринимательства;
3. Отличия между различными видами организационно-правовых форм
4. Перечень документов необходимых для государственной регистрации того или иного юридического лица;
5. Особенности составления учредительного документа организации
6. Основные разделы устава.
7. Основные разделы учредительного договора.

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 4. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план

Цель: дать студентам теоретические знания и практические навыки, связанные с генерированием бизнес-идей, их последующим развитием и преобразованием в бизнес-модель

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

**Бизнес-модель** — это представление о том, как компания/стартап делает (или намеревается сделать) деньги.

Сформировать её помогут ответы на следующие вопросы:

- Что продаёте?
- Кому продаёте?
- Почему вам будут за это платить?
- Как вы донесёте эту ценность до клиента?

Методики построения бизнес-модели, как и методики построения стартапа, реализуются двумя основными способами:

- **От ваших компетенций (или продукта)** — вы отталкиваетесь от тех компетенций, которые у вас есть, или продукта, который сделали. Это Продукт-ориентированный подход, т.е. «Сделайте классный продукт, а покупатель найдётся»
- **От потребителя** — отталкиваетесь от запросов и желаний клиента и разработки продукта под конкретные пожелания. Это клиент-ориентированный подход «Customer development».

Существует два основных канваса (холста) для бизнес-моделей: Шаблон бизнес-модели Александра Остервальдера и **«бережливый шаблон» Эша Маурья.**

Для технологических стартапов больше подходит бизнес-канвас Александра Остервальдера, который состоит из трёх основных блоков: левый говорит про ресурсы, необходимые стартапу для создания потребительской ценности (ценностного предложения), расположенного посередине. Справа написано всё о клиенте.

Рекомендации по описанию бизнес-модели:

- Сформулируйте ключевую рыночную ценность
- Опишите механизмы коммерциализации (монетизации) проекта
- Определить целевые рыночные сегменты и способы взаимодействия с ними
- Определить ключевые ресурсы (финансовые, организационные и материальные)
- Опишите способы формирования денежных потоков и скорость их поступления

Бизнес-модель является "скелетом" компании. Все процессы внутри компании описываются её бизнес-моделью и подчиняются ей. На начальном этапе жизнедеятельности компании необходимо запустить эти процессы и удостоверится, что они не конфликтуют между собой, а ведут компанию к получению прибыли. Возникает потребность в некотором универсальном алгоритме по проверке бизнес-моделей, но для того, чтобы бизнес-модель можно было быстро проверить и описать её необходимо шаблонизировать.

**Задание 1.**

Компания X-prank (численность — пять человек) выводит на рынок услугу, связанную с поиском пропавших вещей. Уникальность услуги заключается в специальном программном обеспечении, позволяющем со смартфона или планшета устанавливать связь с потерянной вещью без специальных устройств. Суть технологии заключается в

создании базы данных физических свойств объекта (материал, температура, размер, масса и т. п.). Посредством специально установленного приложения любое мобильное устройство может сканировать внешнюю среду по заданным параметрам и находить утерянную вещь.

Заполните таблицу в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

| **Элемент бизнес-модели** | Описание элемента (пример ответа) |
|---|---|
| Ценностное предложение | |
| Формула прибыли | |
| Ключевые ресурсы | |
| Ключевые процессы | |

**Задание 2.**

Кейс «Построение бизнес-модели по шаблону А. Остервальдера для компании “Цветочный рай”».

Компания «Цветочный рай» — это стартап, представляющий собой интернет-платформу по продаже цветов, цветочных композиций, фруктовых букетов и т. п. Платформа работает с сегментами B2C (покупатели, частные производители/дизайнеры/флористы) и B2B (организации).

Численность стартапа — три человека, находится в Санкт-Петербурге.

Бизнес-идея стартапа — предоставление сервиса для покупки уникальных дизайнерских композиций из цветов и фруктов. Для частных заказов сервис будет бесплатным, для мастеров-изготовителей — платным.

Опираясь на вопросы и описания девяти блоков, представленные в лекциях, сформируйте шаблон бизнеса, ответив в том числе на следующие вопросы:

В чем состоит ценностное предложение вашего проекта?

Кто является потребителем вашего проекта?

Какая работа должна быть сделана

Для решения ключевых проблем или удовлетворения ключевых потребностей целевых потребителей?

Каким образом ваш проект может удовлетворить потребности или решить проблемы потребителя?

Какие преимущества получит потребитель, воспользовавшись вашим проектом?

**Задание 3**

Используя данные таблицы 1 - Девять структурных блоков шаблона бизнес-модели А. Остервальдера необходимо заполнить таблицу по своей бизнес – идее в сфере технологического предпринимательства, сформулированной при выполнении практической работы 1.

| **Элемент бизнес-модели** | Описание элемента |
|---|---|
| 1. Потребительские сегменты | |
| 2. Ценностное предложение | |
| 3. Каналы сбыта | |
| 4. Взаимоотношения с клиентами | |
| 5. Потоки поступления дохода | |
| 6. Ключевые ресурсы | |
| 7. Ключевые виды деятельности | |
| 8. Ключевые партнеры | |
| 9. Структура издержек | |

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Дайте определение понятию Бизнес-модель
2. Назовите отличительные черты концепции бизнес-моделирования
3. Какими параметрами определяется эффективная бизнес-модель
4. Какие блоки содержит шаблон бизнес-модели А.Остервальдера
5. Особенности трансформации бизнес-модели в бизнес-план.

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 5. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план

Цель: закрепить и конкретизировать теоретические знания по теме; научиться определять важнейшие социально-экономические приоритеты деятельности предприятия; получить навыки по составлению титульного листа и резюме бизнес-плана, приобрести практические навыки разработки бизнес плана.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Бизнес-план является основным документом в организации цивилизованной предпринимательской деятельности и реализации инвестиционных проектов. Он является развернутым технико-экономическим, организационным, коммерческим, управленческим обоснованием целесообразности того или иного вида бизнеса.

Актуальность разработки бизнес-плана вызвана следующими обстоятельствами:

Необходимость формирования у руководителей предприятий новой культуры производственной и коммерческой деятельности, соответствующей требованиям мирового уровня.

Существенно изменяющаяся хозяйственная среда, факторы риска и конкуренции требуют по-иному просчитывать свои будущие итоги в производственно-коммерческой деятельности.

Чрезвычайно важным становится умение убедить инвесторов, партнеров, банки в эффективности своего проекта и целесообразности вложения в него финансовых и иных ресурсов.

Необходимость тщательного анализа процессов производства и реализации продукции и услуг и связанных с ними затрат и доходов в планируемом периоде.

Хотя для малых предприятий может разрабатываться только один бизнес-план, для большинства предприятий бизнес-план - только один из планов их производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности. Бизнес-план - план производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности предприятия, занимающий промежуточное положение между стратегическим планом предприятия и его годовым планом маркетинга.

Бизнес-план представляет собой документ, содержащий обоснование действий, которые необходимо осуществить для реализации какого-либо коммерческого проекта или создания нового предприятия. Бизнес-план - документ на перспективу, и составлять его рекомендуется на 3 - 5 лет вперед. Для первого года основные показатели рекомендуется делать в помесячной разбивке, для второго - в поквартальной. Лишь

начиная с третьего года можно ограничиваться годовыми показателями.

Бизнес-план выполняет ряд функций:

может быть использован для разработки концепции ведения бизнеса и генеральной стратегии развития предприятия;

- может выполнять функцию планирования;

- помогает оценивать и контролировать процесс развития основной деятельности предприятия;

- необходим для привлечения денежных средств;

- необходим для привлечения частных инвесторов, эффективного использования инвестиций, конкурсного размещения государственных инвестиций в высокоэффективные проекты.

Целью бизнес-плана является установление достаточно широких целей и стратегий деловой активности на период времени до пяти лет. В этом аспекте бизнес-план подобен стратегическому плану, который также ориентирован на достаточно длительный интервал времени. Другой общей чертой этих двух планов является стратегическое рассмотрение вопросов разработки или приобретения новых продуктов, освоения новых рынков с целью достижения желаемых финансовых целей. Бизнес-план, как и план маркетинга, основан на глубоких маркетинговых исследованиях. Однако первый не содержит программ действий, что является характерной особенностью планов маркетинга, а излагает только в обобщенном виде основные направления действий. Например, если в число выбранных стратегий входит стратегия разработки нового продукта, то в бизнес-плане приводятся также обобщенные данные о поддержке реализации этого решения, но констатация данной стратегии не сопровождается планом разработки нового продукта.

Разработка бизнес-плана позволяет получить ответы на следующие вопросы:

• как начать дело;

• как эффективно организовать производство;

• когда будут получены первые доходы;

• как скоро можно будет расплатиться с кредиторами;

• как уменьшить возможный риск

В теории и практике нет жестко регламентированной структуры бизнес-плана: она может быть различной в зависимости от выполняемой функции - одна для начинающего предпринимателя и другая для действующего предприятия.

Обычно бизнес-план состоит из следующих разделов:

- резюме (введение)
- общее описание фирмы;
- продукция и услуги;
- маркетинг-план;
- производственный план;
- управление и организация;
- капитал и юридическая форма фирмы;
- финансовый план.

**Задание 1**

Составить титульный лист и резюме бизнес-плана предприятия для разрабатываемого проекта в сфере технологического предпринимательства, и с учетом выполненных практических работ 1-4.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Что понимается под бизнес-планом и каково его значение для деятельности предприятия?
2. Из каких разделов может состоять бизнес-план?

3. Какие основные функции выполняет бизнес-план?
4. Бизнес-план как программа действий предпринимателя.
5. Краткое содержание разделов бизнес-плана.
6. Выбор месторасположения организации.
7. Разработка бизнес-плана.
8. Меморандум о конфиденциальности.
9. Условия конфиденциальности передаваемой информации.

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 6. Маркетинг. Оценка рынка

Цель: закрепить и конкретизировать теоретические знания по теме; научиться проводить маркетинговые исследования в сфере инноваций, изучить методы и подходы к оценке рынка в разных отраслях.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Маркетинговые исследования позволяют предприятию избежать принятия решений в условиях абсолютного отсутствия информации. Результатом проводимых маркетинговых исследований является маркетинговая информация или данные о рынке и окружающей среде компании.

Основные виды маркетинговых исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные виды маркетинговых исследований

| Вид | Суть | Результат |
|---|---|---|
| Исследование рынка | Подразумевает определение его масштабов, географии, структуры спроса и предложения, а также факторов, которые влияют | Понимаем, насколько велик рынок, насколько он доступен, насколько привлекателен |
| Изучение сбыта | Определяются каналы продаж, изменения показателей в зависимости от географического признака | Понимаем, каким образом лучше доводить товар/услугу до покупателя, что влияет на его конечную стоимость |
| Маркетинговое исследование товара и конкурентов | Изучение свойств изделий как отдельно, так и в сравнении с аналогичными продуктами конкурентов | Понимаем, в чем заключаются наши конкурентные преимущества. Предполагает исследование конкурентов и их предложения |
| Маркетинговые исследования потребителей[2] | Подразумевают их количественный и качественный состав (пол, возраст, профессия, семейное положение и т. д.) | Можем понимать, в чем именно потребность потребителей, как ее удовлетворить и сформировать лояльность |

Информация, используемая для маркетинговых исследований, бывает первичной и

вторичной, количественной и качественной и собирается различными методами маркетинговых исследований.

Особенность высокотехнологичных стартапов и предприятий заключается в основном в том, что предлагаемые ими товары или услуги представляют собой, как правило, новые, неизвестные рынку технологии. В случае если предлагаемая разработка действительно инновационная и не имеет аналогов, руководство высокотехнологичных компаний и стартапов сталкивается с ситуацией, что рынок и даже отрасль еще не существуют.

Конкуренты — группы лиц или организаций, поставляющих на рынок аналогичные товары и услуги. В любом бизнесе мы можем найти разные виды конкурентов: прямые, косвенные и потенциальные конкуренты.

Исследование конкурентов в высокотехнологичном предпринимательстве нередко приводит к ситуации, что прямые конкуренты отсутствуют. Если разработка действительно инновационна, то данная ситуация логична. И она же и становится типичной ошибкой начинающих руководителей стартапа, которые смело заявляют, что конкуренция отсутствует вообще!

## Задания

### Задание 1

Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

1. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.
2. Компания разрабатывает приложение, в котором можно найти информацию об имеющихся поблизости удобствах для родителей с маленькими детьми (пеленальные комнаты, рестораны с детским питанием, аптеки и т. д.). Необходимо изучить модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного приложения.
3. Компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения. Необходимо принять решение о целесообразности данных вложений.

### Задание 2

Укажите, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

1. Компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания, помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей.
2. Компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

### Задание 3

Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. В группах придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.

1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а также вся инфраструктура для автоматизированной работы. Наиболее показательный пример: использование дистанционного контроля для лечения заболеваний, системы «умный дом» и другие.
2. Передовая робототехника. Представляет собой не только производственную

робототехнику, но и множество различных систем, включая экзоскелеты, которые увеличивают физические возможности человека, например, людей с ограниченными возможностями.

3. Накопление и хранение энергии. Прогресс в технологиях накопления и хранения энергии позволит сделать более экологически чистые гибридные автомобили полноценными конкурентами традиционных, стабилизировать работу электросетей и упростить процесс электрификации труднодоступных регионов.

4. Трехмерная печать. Представляет собой метод послойного создания физического объекта на основе виртуальной трехмерной модели. За четыре года стоимость домашнего принтера 3D-печати упала в 10 раз.

5. Высокотехнологичные материалы и новые материалы с новыми свойствами. Например, нанолекарства, суперконденсаторы, сверхъемкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

Задание: необходимо выстроить следующую логическую цепочку при описании их гаджета будущего: описание тренда (это может быть более локальный тренд внутри предлагаемых групп) — описание изменений, которые с ним связаны, новые потребности или возможности пользователей — описание гаджета/устройства, которое сможет удовлетворить новые потребности, возникшие из-за тренда, — описание его применения в повседневной жизни.

**Задание 4**

Назовите прямых и косвенных конкурентов для следующих компаний, и продуктов:

1. BMW.
2. Apple IPhone.
3. Skype.

**Задание 5**

Используя выполненные практические работы 1-5 необходимо обосновать выбор вида маркетингового исследования, которое необходимо провести в первую очередь для своей бизнес-идеи, указав цель и задачи его проведения

С какой информацией вы будете работать при проведении данного маркетингового исследования: первичная или вторичная, количественная или качественна. Приведите примеры информации.

Назовите прямых и косвенных конкурентов вашей бизнес-идее (товара/услуги)

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Виды маркетинговых исследований
2. Макро- и микросреда компании
3. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов
4. Типы информации, получаемой во время маркетингового исследования

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 7. Маркетинг. Оценка рынка

Цель: формирование практических умений и навыков по расчету и оценке размеров (емкости) рынка и потенциального объема продаж; составлению схемы распределения товаров по основным каналам сбыта; оценке основных конкурентов.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

## Теоретическая часть

**Сегментирование** – это деление потребителей на группы в соответствии с рядом устойчивыми признаками, называемых маркетинговыми "признаками сегментирования". Необходимость сегментирования обусловлена необходимостью выбора оптимального сегмента для позиционирования продукта на рынке. В процессе сегментирования происходит формирование сегментов потребительского рынка, устойчивых по своим объединяющим признакам и обладающих набором выраженных характеристик для успешного позиционирования продуктов.

Без четкого портрета потенциального клиента нельзя грамотно скомпилировать коммерческое предложение для реализации товара или услуги и еще сложнее правильно адресовать его. Портрет потенциального покупателя – это целевая аудитория, которой, скорее всего, будет интересно ваше предложение. Составляется он с использованием максимального количества информации о потребительском спросе на продукт.

Существует два направления бизнеса – b2b и b2c. Первый вариант – это бизнес для бизнеса, а второй – для покупателей. В первом случае, как правило, вопрос о составлении портрета целевой аудитории не стоит, поскольку аудитория всем известна, остается лишь сконцентрировать усилия на привлечение клиентов. А вот второй случай – это то, о чем пойдет речь далее. Для b2c всегда важно правильно определять аудиторию, вне зависимости от того, онлайн это бизнес или офлайн. портрет потребителя пример Кроме того, важно знать, что целевая аудитория для определенной деятельности может быть не одна. Опытные специалисты всегда выделяют для работы основную группу и несколько второстепенных

Портрет потенциального клиента – это комплексный собирательный образ человека, интересующегося вашим предложением. При создании этого образа вы визуально «рисуете» в голове целевого покупателя, на которого будет ориентирована вся маркетинговая деятельность вашей организации. Портрет целевой аудитории может обладать огромным количеством разнообразных характеристик, потому что чем их больше, тем правдивее получится образ.

Любой маркетолог, впервые столкнувшийся с задачей описания целевой аудитории, задает себе несколько вопросов:

Как определить, кто является целевой аудиторией организации?

В какой период разработки стратегии необходимо выбирать ЦА?

Откуда брать данные для составления социального портрета потребителя?

Какие существуют характеристики для создания образа покупателя?

Насколько подробно нужно делать описание?

## Задания

**Задание 1**

Заполните схему сегментации рынка, используя приведенные ниже составляющие схемы (рис.):

Возраст.

Стиль жизни.

Регион.

Пол.

Личные качества (индивидуализм или групповая мотивация).

Уровень дохода.

Город или сельская местность.

Размер семьи.
Степень нуждаемости в продукте.
Плотность населения.
Профессия.
Численность населения.
Климат.
Поиск выгод при покупке изделия.

Рисунок - Схема сегментации рынка

**Задание 2**

Заполните в нужном порядке представленную блок-схему сегментационного подхода (рис.).

1. Выбор потребительского сегмента.
2. Создание соответствующего плана маркетинга.
3. Определение характеристик и требование потребителей в отношении товаров и услуг, предлагаемых компанией.
4. Разработка профилей групп потребителя.
5. Анализ сходства и различия потребителей.
6. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.

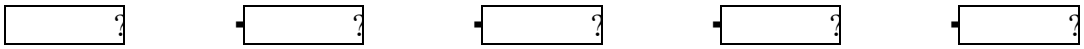


Рисунок - Блок-схема сегментационного подхода

**Задание 3**

Для разрабатываемого проекта по сформулированной в работе 1 идее, проведите сегментацию рынка и потребителей.

**Вопросы к практическому занятию:**

1.Что такое сегментирование? Какие этапы включает процесс сегментирования?

2.Каковы основные характеристики рыночного сегмента?

3.Что подразумевается под целевым сегментом?

4.Верно ли, что, чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании?

5.Какие критерии используются для сегментации потребительских рынков, а какие для промышленных рынков? Есть ли общие критерии?

6.Какие методы используются при сегментировании?

7.Что оказывает влияние на выбор стратегии охвата рынка?

8.Какая стратегия предполагает охват наиболее крупной части одного или нескольких субрынков?

9.Если предприятие принимает решение активно действовать на нескольких сегментах рынка, какую стратегию оно использует?

10.Какой стратегии охвата рынка придерживается компания, если компания производит и продаёт один тип товара по единой цене, а реклама компании однотипна и предназначена для рынка в целом?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 8. Разработка продукта и выведение его на рынок

Цель: изучить основные принципы процесса разработки высокотехнологичных продуктов или услуг, спланировать процесс разработки продукта.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Жизненный цикл продукта охватывает все этапы существования продукта, от его «замысла» до утилизации по окончании жизненного цикла.

Стадии жизненного цикла продукта:

- Изучение рынка.
- Разработка продукта.
- Выход на рынок.
- Продажи.
- Обслуживание.
- Утилизация

Существуют две основных методологии разработки продукта — метод водопада и гибкая разработка. Для традиционной индустрии чаще используется метод водопада, для инновационных проектов — гибкая разработка.

Уровни готовности технологии:

1. Фундаментальные исследования выявили потенциал применения.
2. Определены возможные применения.
3. Получено экспериментальное подтверждение возможности применения на модели.
4. Прототип испытан в лабораторных условиях.
5. Прототип испытан в условиях, близких к реальным условиям.
6. Компоненты системы испытаны в реальных условиях.
7. Прототип всей системы прошел проверку в эксплуатационных условиях.
8. Система испытана и сертифицирована.
9. Штатная эксплуатация и сопровождение

Customer development — методика, согласно которой продукт обязательно должен решать проблему клиента, т. е. сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот. Данная концепция часто противопоставляется продукториентированному подходу («сделай классный продукт, а покупатель найдется»). Если стартапер слишком увлекся совершенствованием продукта и забыл о потребителях, проект обычно проваливается. На практике нужно соблюдать равновесие между разработкой продукта и изучением потребностей клиентов.

### Задания

.

**Задание 1**

**Микрокейс «Роботикум»**

На этапе финальной полировки при производстве турбинных лопаток во всем мире используется ручной труд. Это связано с тем, что задача программирования робота, способного учитывать различные факторы (гибкость полировочной ленты, исходные шероховатости поверхности и пр.) для адаптивного управления обработкой, в мире пока не решена.

Санкт-Петербургская компания «Роботикум» разработала сложные нелинейные алгоритмы обратной связи, которые позволяют создать роботизированную ячейку для полировки турбинных лопаток.

В настоящее время работоспособность алгоритмов продемонстрирована на примере модели «бабочка» — управление удержанием шарика на поверхности сложной формы, с которой шарик скатывается.

Необходимо:

1. Определить, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум».

**2.** Описать, какому уровню готовности соответствует проект «Роботикум».

3. В рамках описанного примера ответьте на следующие вопросы:
   1. Что может являться продуктом для этого проекта?
   2. Как для этого продукта будет выглядеть MVP?
   3. Как будет поставлен процесс внесения изменений в продукт по результатам

4. В рамках описанного в микрокейсе «Роботикум» проекта ответьте на следующие вопросы:
   1. Какое административное противоречие решается продуктом проекта?
   2. Какое техническое противоречие решается продуктом проекта?
   3. Какое физическое противоречие решается продуктом проекта?

**Задание 2**

1. Определите, какой из методов разработки (метод водопада или гибкая разработка) наилучшим образом подходит для вашего продукта, и обоснуйте, почему.

2. Опишите основные требования к разрабатываемому продукту.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое жизненный цикл продукта?
2. Какие существуют техники разработки продукта?
3. Как можно улучшить характеристики существующих продуктов?

Литература: [1 - 8].

**Практическая работа 9. Разработка продукта и выведение его на рынок.**

Цель: изучить основные принципы вывода высокотехнологичных продуктов или услуг на рынок

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

## Теоретическая часть

Успешный сбыт инновационных товаров может быть обеспечен только в том случае, если потребители будут заинтересованы в инновационном продукте. Эту самую их заинтересованность можно укрепить искусственно, определенным образом воздействуя на их поведение на рынке инновационной продукции. Однако, прежде чем исследовать потребительское поведение, необходимо поговорить о самих потребителях.

Условно потребителей инновационных товаров, в зависимости от степени принятия ими инноваций, условно принято делить на пять групп:

новаторы;
ранние последователи;
ранее большинство;
позднее большинство;
отстающие.

Каждая из групп имеет свою специфику, которая в значительной степени предопределяет их поведение в условиях рынка и оказывает существенное влияние на выбор и потребление инновационных товаров. Так, например, потребители-новаторы обычно высоко мобильны, рискованны, энергичны. Зачастую они обладают высокой способностью к пониманию новых идей и знаний. Именно они становятся первыми покупателями инновационных товаров.

Представители ранних последователей имеют образование и высокоразвитые лидерские качества, а также пользуются высокой популярностью. Часто они стремятся к использованию новых технологий и их повсеместному внедрению.

Представители раннего большинства обычно весьма осторожны и осмотрительные при выборе инновационных товаров. Имея множество неформальных контактов, они часто получают информацию от представителей предыдущей группы.

Сторонники позднего большинства – традиционалисты. Часто они обладают низким социальным статусом. При этом их отличает предусмотрительность и скептичность. Часто они оказываются наиболее восприимчивы к стоимости товара. Кроме того, существенное значение для них имеет мнение большинства.

К категории отстающих потребителей обычно относятся заядлые консерваторы, в определенном смысле находящиеся в изоляции от общества, не обладающие лидерскими качествами и подозрительно относящиеся к любым инновациям и нововведениям. Они с трудом реагируют на новые продукты, выводимые на рынок, и нередко сопротивляются им.

В целом же поведение потребителей на рынке инновационной продукции определяется воздействием множества внутренних и внешних факторов. Первые обычно затрагивают поведение потребителей как индивидуумов и личностей с одной стороны, и как членов социальной группы – с другой стороны. Вместе с тем внешние факторы определяются ценностями и культурой, демографической и экономической ситуацией в стране (регионе), принадлежностью к социальной группе и т.п.

Основополагающей целью изучения потребительского поведения при выборе инновационных продуктов выступает определение факторов и мотивов, побуждающих их к совершению того или иного потребительского выбора. В большинстве своем исследования поведения потребителей направлено на познание и оценку всего комплекса мотивов побуждения, которыми покупатели руководствуются при выборе инновационного продукта. На основе подобных исследований фирмы разрабатывают способы стимулирования сбыта и мотивации потенциальных потребителей к покупке тех или иных инновационных продуктов.

Объектом исследования потребительского поведения выступает сам процесс принятия ими решения о выборе того или иного инновационного товара, а также факторы, его определяющие. Основным способом изучения поведения потребителей,

конечно же, выступают маркетинговые исследования. В их основе лежит проведение:

- наблюдения;
- опросов, интервью и фокус-групп;
- экспериментов и пр.

Особое внимание при этом уделяется изучению факторов, оказывающих влияние на выбор и поведение потребителей (психологических, социальных, стиля жизни, экономического и политического положения и пр.).

Метод наблюдения опирается на отслеживание поведения потребителей, ориентированных на приобретение инновационных товаров, в тех или иных ситуациях. Интервью и опросы позволяют собрать интересующую исследователя информацию об установках потребителей, факторах и мотивах совершаемых ими приобретений. Эксперименты основаны на манипулировании независимыми переменными с целью определения степени их влияния на зависимые переменные.

## Задания

.

**Задание 1**

Представим компанию X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоу-румы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Необходимо:

Смоделировать потребность в рассматриваемом товаре. Определить гипотетические барьеры. Проанализировать, насколько верны планируемые действия компании. Для выполнения данного задания предварительно составьте «гайд-интервью с потребителем» (о чем будете беседовать — о потребностях, барьерах и пр.) и опросите 4–5 человек, потенциальных потребителей продукта.

**Задание 2**

На рынок РФ выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство — Южная Корея. Стоимость 36 000 рублей за штуку (одна комплектация).

Необходимо:

1. продумать коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы), активизирующие осознание потребности в подобном товаре (как убедить, что легче — значит лучше, что это действительно нужно?).

2. Подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — какое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации. Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.

3. Проанализировать влияние различных факторов на потребительское поведение указанного товара. Определить, каким образом можно использовать позитивные (с точки зрения рыночного успеха товара) аспекты влияния данных факторов и нивелировать негативные аспекты.

**Задание 3**

По сформулированной своей бизнес-идее необходимо:

— продумать коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы), активизирующие осознание потребности в подобном товаре (как убедить, что легче — значит лучше, что это действительно нужно?).

— подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — какое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации. Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.

— проанализировать влияние различных факторов на потребительское поведение указанного товара. Определить, каким образом можно использовать позитивные (с точки зрения рыночного успеха товара) аспекты влияния данных факторов и нивелировать негативные аспекты.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Какие существуют методы моделирования потребностей потребителей?
2. Как оценивать емкость рынка и прогнозировать спрос?
3. Какие существуют модели поведения потребителей?
4. Какие особенности продаж существуют для инновационных продуктов?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 10. Риски и методы управления ими

Цель: изучить методы управления рисков и методы их снижения.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Функционированию и развитию многих экономических процессов присущи элементы неопределенности. Риск – деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи, отклонения от цели.

Основные элементы понятия риск, взаимосвязь которых составляет его сущность:

1) возможность отклонения от предполагаемой цели, ради которой осуществлялась выбранная альтернатива;

2) вероятность достижения желаемого результата;

3) отсутствие уверенности в достижении поставленной цели;

4) отсутствие уверенности в достижении поставленной цели.

Основными чертами риска являются: неопределенность, противоречивость (столкновение объективно существующих рискованных действий с их субъективной оценкой), альтернативность. В процессе деятельности субъекты хозяйствования сталкиваются с совокупностью различных видов рисков. Как правило, все виды рисков взаимосвязаны и оказывают влияние на деятельность предприятия. Эти обстоятельства затрудняют принятие решение по оптимизации риска и требуют углубленного анализа состава конкретных рисков.

Существует множество подходов к классификации рисков, которые определяются целями и задачами классификации. Среди факторов риска предприятия производственного типа можно выделить в зависимости от места возникновения внешние и внутренние. К внешним относятся факторы, обусловленные причинами, не связанными непосредственно с деятельностью данного предприятия. Внутренними будем считать факторы, появление которых порождается деятельностью самого предприятия.

**Задания**

**Кейс: «ООО “Ундина”: производство мидий на Белом море».**

ООО «Ундина» — инновационная компания, зарегистрированная студентами экономического и биологического факультетов МГУ имени М.В. Ломоносова в 2016 году с целью запуска проекта, имеющего целью постройку и запуск плантации по выращиванию марикультуры мидий на берегу Белого моря — учебно-научного центра МГУ, созданного для организации и проведения морских научных исследований в северном регионе, подготовки специалистов и проведения полевых студенческих практик. Главным препятствием для активного культивирования мидий в данном регионе сегодня является холодная вода и ограниченное количество солнечных дней в году, что определяет длинный (3–4 года) цикл выращивания мидий, по сравнению с обычным циклом в 1–2 года.

Используемым способом выращивания мидий в толще воды является метод подвесной марикультуры.

Сбыт готовой продукции (производственная мощность проекта оценивается в 130 тонн/га) осуществляется путем непосредственного сотрудничества с конечными клиентами. Для организации процесса доставки закупаются необходимые средства для хранения и транспортировки, создаются необходимые складские помещения, нанимается соответствующий персонал.

Производственные площади будут находиться на Карельском побережье Белого моря. Предполагается, что плантация будет размещена в 5–7 километрах от поселка Приморского, что обеспечивает близость как к МГУ, так и к потенциальному клиенту — дайвинг-центру «Полярный круг». Данное расположение является удачным с точки зрения природных особенностей: остров Великий закроет плантацию от возможных льдин, а пролив Великая Салма обеспечит повышенную скорость перемещения потоков воды, что благоприятно скажется на росте мидий. Помимо этого, данное расположение обеспечит доступ к инфраструктуре.

**Основные рынки сбыта готовой продукции**

Готовый продукт поставляется для нужд фармацевтической и пищевой промышленности. Для диверсификации рисков и преодоления проблемы сезонности выделено несколько основных направлений сбыта произведенной продукции.

- Мидии поставляются на завод «ГипрорыбфлотЭкос» для производства медицинских препаратов (потенциальная величина спроса — 800 тонн/год).
- В свежем или свежезамороженном виде — в рестораны городов (Петрозаводск, Мурманск, Санкт-Петербург — около 443,4 тонны/год).
- На рыбоперерабатывающий завод ОАО «Карельский рыбокомбинат» для производства консервов/пресервов/салатов/ коктейлей (около 228 тонн/год).

По данным кейса необходимо заполнить таблицу

Таблица 1 - Идентификация рисков ООО «УНДИНА»

| Наименование риска | Внутренний | Внешний | Управляемый | Неуправляемый |
|---|---|---|---|---|
| Незавершение строительства здания на побережье | | | | |
| Незавершение оборудования | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| плантации для мидий в срок | | | | |
| Повреждение субстратов с мидиями | | | | |
| Поломка оборудования, катеров, лодок | | | | |
| Риск не найти достаточного количества покупателей продукции | | | | |
| Потеря клиентов | | | | |
| Падение спроса на продукцию | | | | |
| Работник организации потерял трудоспособность (частично, полностью, временно), погиб (утонул) | | | | |
| Оппортунистическое поведение сотрудников | | | | |
| Введение платы за прибрежную зону, повышение налогов с предприятий и т. д. | | | | |
| Рост цен на топливо и электроэнергию | | | | |
| Сильный шторм, ураган | | | | |
| Пожар в офисе или помещении, где хранится оборудование, топливо, материалы | | | | |
| Риск гибели мидий | | | | |

**Задание 2**

Заполнить классификационную таблицу рисков (по образцу), присущих бизнес-идее, сформулированной в рамках практической работы 1.

Минимум 10 рисков.

| Наименование риска | Внутренний | Внешний | Управляемый | Неуправляемый |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

**Вопросы для обсуждения:**

1. Сущность предпринимательского риска
2. Классификация предпринимательских рисков
3. Основные способы снижения риска
4. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности
5. Понятие предпринимательского риска, его основные элементы
6. Причины возникновения риска

7. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 11. Риски и методы управления ими

Цель: изучить методы управления рисков и методы их снижения.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Методы управления рисками направлены на преобразование распределений будущих результатов в соответствии со стратегиями развития бизнеса, мнениями, ожиданиями и предвидениями менеджеров или собственников капитала; наблюдаемым развитием рыночной конъюнктуры и другими факторами.

Методы управления предпринимательскими рисками - это способы активного воздействия на факторы риска и способы защиты от них объектов риска.

В условиях действия разнообразных внешних и внутренних факторов риска могут использоваться различные способы снижения риска, воздействующие на те или иные стороны деятельности предприятия.

Многообразие применяемых в предпринимательской деятельности методов управления риском можно разделить на 4 группы:

1) методы уклонения от рисков;
2) методы локализации рисков;
3) методы диверсификации рисков;
4) методы компенсации рисков

Риск-менеджмент имеет свою систему эвристических правил и приемов для принятия решений в условиях риска.

Основные правила риск-менеджмента:

1. Нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал.
2. Надо думать о последствиях риска.
3. Нельзя рисковать многим ради малого.
4. Положительное решение принимается лишь при отсутствии сомнения.
5. При наличии сомнений принимаются отрицательные решения.
6. Нельзя думать, что всегда существует только одно решение. Возможно, есть и другие.

**Задание 1**

Используя данные кейса «ООО “Ундина”: производство мидий на Белом море» (практическая работа 10), необходимо заполнить таблицу.

Таблица 1 - Идентификация рисков ООО «УНДИНА»

| **Идентификация рисков** | | Описание ущерба | Разработка и ориентировочная оценка мер по борьбе с риском |
|---|---|---|---|
| Наименование риска | Причина возникновения риска | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Незавершение строительства здания на побережье | | | |
| Незавершение оборудования плантации для мидий в срок | | | |
| Повреждение субстратов с мидиями | | | |
| Поломка оборудования, катеров, лодок | | | |
| Риск не найти достаточного количества покупателей продукции | | | |
| Потеря клиентов | | | |
| Падение спроса на продукцию | | | |
| Работник организации потерял трудоспособность (частично, полностью, временно), погиб (утонул) | | | |
| Оппортунистическое поведение сотрудников | | | |
| Введение платы за прибрежную зону, повышение налогов с предприятий и т. д. | | | |
| Рост цен на топливо и электроэнергию | | | |
| Сильный шторм, ураган | | | |
| Пожар в офисе или помещении, где хранится оборудование, топливо, материалы | | | |
| Риск гибели мидий | | | |

**Задание 2**

Необходимо заполнить таблицу «Риски бизнес-проекта», указав 7 видов рисков присущих Вашей бизнес-идее, причин их возникновения, уровень ущерба и меры по их нейтрализации

| Идентификация рисков | | Описание ущерба | Разработка мер по борьбе с риском |
|---|---|---|---|
| Описание риска | Причина возникновения риска | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные методы оценки риска
2. Классификация методов управления рисками
3. Методы уклонения от риска

4. Методы локализации риска
5. Методы диссипации (распределения) риска
6. Методы компенсации риска

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 12. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Цель: изучить основные источники финансирование научно-технических проектов

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Важным элементом инновационного механизма, обеспечивающим эффективность управления и успех инновационной деятельности, является финансирование. Различают две формы финансирования инноваций – прямое и косвенное. К прямым источникам финансирования относятся:

- бюджетные (федеральные и региональные) средства;
- внебюджетные фонды;
- собственные средства предприятий (объединений);
- кредиты;
- инновационные инвестиции;
- специальные фонды;
- инновационные иностранные кредиты для венчурных организаций, разрабатывающих наукоемкие новшества;
- гранты.

Сюда можно отнести и другие источники (например, страховые фонды, в будущем венчурные фонды, целевые благотворительные поступления и т. д).

К косвенным источникам финансовой поддержки инноваций относятся:

- налоговые льготы и скидки;
- налоговые кредиты;
- кредитные льготы, т. е. предоставление кредитов предприятиям – потенциальным потребителям инновационных разработок;
- финансовые санкции за невыполнение договоров (конкретных отношений) и обязательств;
- лизинг специального научного оборудования и стендов;
- таможенные льготы;
- амортизационные льготы;
- научно обоснованное ценообразование на научно-техническую продукцию.

К косвенным источникам также можно отнести государственный протекционизм в международном научно-техническом сотрудничестве, включение инновационных проектов новаторов (в том числе инициативных) в комплексные федеральные и государственные научно-технические, инновационные программы; определенные льготы для научных организаций при ремонте сложных опытно-экспериментальных установок и приборов и др.

По уровню управления источники финансирования инноваций подразделяются на:

- федеральные (общегосударственные);

- отраслевые,
- региональные,
- институциональные (предприятий, научно-производственных комплексов).

На федеральном уровне источниками финансирования инноваций являются государственный бюджет, внебюджетные фонды, специальные фонды, заемные средства в форме внешнего (зарубежного) и внутреннего государственного долга (облигации, займы, сертификаты), кредиты.

На отраслевом уровне к источникам финансирования инноваций относятся отраслевые и межотраслевые внебюджетные фонды, привлеченные средства (от продажи акций и имущества, целевые поступления), бюджетные и банковские кредиты, финансовые ресурсы от международного сотрудничества.

На региональном уровне источниками финансирования могут быть региональный (республиканский, областной) бюджет, специальные региональные внебюджетные фонды, частично федеральный бюджет, частично межотраслевые внебюджетные фонды, кредиты, инновационные инвестиции.

На институциональном уровне (предприятия, объединения) источниками финансирования являются собственные средства, бюджетные средства, внебюджетные фонды, кредиты, средства финансово-промышленных групп, научно-производственных комплексов и корпораций (для малых «дочерних» предприятий), иностранные инновационные ресурсы (для совместных предприятий), средства от продажи акций, кредитные льготы, лизинговые льготы.

На уровне научно-исследовательских институтов и научно-производственных комплексов к источникам финансирования инноваций относятся собственные средства, бюджетные и внебюджетные средства, кредиты, частично амортизационные отчисления, лизинговые льготы, специальные фонды, гранты для научных работников и научных учреждений. В отдельных случаях финансирование инновационных проектов осуществляют сами заказчики – потребители продукции, получаемой в результате инновации.

## Задания

**Задание 1**

Изучив лекционный материал и дополнительную информацию, необходимо заполнить таблицу (не менее 5 источников).

| Источник финансирования | Характеристика источника (заемный/привлечённый; внутренней/внешний» возвратный/безвозратный | Преимущества | Недостатки |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**Задание 2**

Необходимо выбрать два наиболее вероятных источника финансирования своей сформулированной бизнес-идеи, обосновав свой выбор, указав недостатки и преимущества каждого источника (3-4 достоинства и 3-4 недостатка). Также дать характеристику выбранного источника (внутренней или внешний, возвратный или безвозвратный).

## Вопросы к практическому занятию:

1. Финансирование инновационных проектов.

2. Государственные источники финансирования.
3. Внебюджетные источники финансирования.
4. Негосударственные источники финансирования.
5. Коммерческие источники финансирования.
6. Венчурные источники финансирования.
7. Финансирование Государственным фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.
8. Финансирование инновационной деятельности на региональном уровне.
9. Финансирование и поддержка инновационной деятельности зарубежными структурами.
10. Финансирование некоммерческих проектов.
11. Дайте определение понятию «финансовое обеспечение предпринимательства» и каким образом происходит классификация источников финансирования предприятия?
12. На реализации каких принципов основано финансовое обеспечение предпринимательства?
13. Что относится к внутренним и внешним источникам финансирования?
14. Что относится к собственным финансовым ресурсам предприятия?
15. Назовите новые формы и методы финансирования деятельности предприятия.
16. Раскройте экономическую сущность факторинга.
17. Дайте определение и назовите основные виды лизинга.
18. Как осуществляется расчет общей суммы лизинговых платежей?
19. Назовите преимущества и недостатки использования лизинга.
20. Назовите основные виды заемного долгового финансирования предприятия.
21. В каких случаях рекомендуется финансирование за счет долговых обязательств?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 13. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Цель: изучить методы оценки эффективности финансовых вложений в новые проекты

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

В понятие эффективности инвестиционного проекта обычно вкладывают степень его соответствия целям и интересам участников инвестирования. Для того чтобы определить эту степень и используется оценка, при этом проект может быть оценен сразу по двум показателям:

- **его эффективность в целом** — общественная (социально-экономическая) и коммерческая (финансовая);
- **эффективность участия в проекте** — оценка проводится для определения реализуемости проекта и заинтересованности в этом всех участников.

**Сама оценка проекта базируется на нескольких основополагающих принципах:**

1. Рассмотрение и анализ проекта на всех этапах жизненного цикла — от предынвестиционного этапа до завершения проекта.

2. Обоснованность прогнозов финансовых потоков для всего расчетного периода.

3. Сопоставимость условий сравнения разных проектов для выбора оптимального решения.

4. Максимальность и положительность эффекта от реализации проекта.

5. Учет временного фактора.

6. Учет будущих финансовых затрат и поступлений.

7. Учет наиболее существенных последствий от реализации проекта.

8. Учет интересов всех участников проекта.

9. Оценка влияния инфляции.

10. Оценка влияния рисков реализации.

**Целью оценки инвестиционных проектов является исчерпывающий ответ на три основных вопроса:**

- какова рентабельность инвестиции;
- каковы сроки окупаемости проекта;
- каковы риски проекта.

**Грамотно проведенная инвестиционная оценка проекта позволяет:**

- оценить реальную потребность в инвестировании и наличие необходимых для этого условий;
- выбрать оптимальные инвестиционные решения;
- выявить факторы, способные оказать влияние на фактические итоги инвестирования и скорректировать их действие;
- оценить приемлемые параметры риска и доходности;
- разработать мероприятия по постинвестиционному мониторингу.

**Оценка инвестиционной привлекательности проекта необходима компании в следующих случаях:**

1. При поиске инвесторов.
2. При выборе наиболее эффективных условий кредитования или инвестирования.
3. При выборе условий страхования рисков.

Чаще всего наиболее заинтересованным в проведении инвестиционной оценки лицом является сам инвестор.

Выбор одного конкретного инвестиционного проекта в некоторых случаях может себя не окупить. *Нередко возникают ситуации, в которых решение о выборе должно приниматься в условиях, когда на рассмотрении имеется несколько проектов. В этом случае оценка применяется:*

- для определения эффективности независимых инвестиционных проектов, когда решение о принятии или отклонении одного не влияет на решение о принятии другого;
- для определения эффективности альтернативных или взаимоисключающих друг друга проектов (сравнительная эффективность), когда принятие одного из них автоматически исключает принятие другого.

Существуют методы, которые позволяют делать выводы, расчеты и разработки не только по возможным сценариям развития одного проекта, но и выбирать оптимальный их набор из множества вероятных проектов.

## Задания

**Задание 1**

Изучив лекционный материал и дополнительную информацию, необходимо заполнит таблицу

| Название метода оценки | Условия применения | Преимущества | Недостатки |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| Статические методы оценки | | | |
| Динамические методы | | | |
| Экспертные методы | | | |

**Задача 2**

Рассчитайте критический объем продаж по проекту и прибыль от продажи 180 и 300 единиц продукции, если известно, что: цена единицы продукции составляет 2 600 рублей; величина переменных затрат на изготовление единицы продукции — 1 200 рублей; величина постоянных затрат за месяц — 280 000 рублей. Сделайте выводы об эффективности проекта.

**Задача 3**

Необходимо рассчитать срок окупаемости проекта если предлагают инвестировать в проект сумму в размере 150 тысяч рублей. И говорят, что проект будет приносить в среднем 50 тысяч рублей в год чистой прибыли.

**Задача 4**

К уже имеющимся условиям прибавим следующий факт. Во время осуществления проекта, каждый год будет тратиться порядка 20 тысяч рублей на развитие проекта.

**Задача 5**

В проект нужно вложить 150 тысяч рублей. Планируется, что в течение первого года доход будет 30 тысяч рублей. В течение второго — 50 тысяч. В течение третьего — 40 тысяч рублей. А в четвёртом — 60 тысяч. Необходимо рассчитать срок окупаемости проекта

**Задача 6.**

К предыдущей задаче добавляется ставка дисконтирования 10%

**Задание 7**

Необходимо определить примерную первоначальную сумму необходимых средств для реализации разрабатываемой бизнес-идеи и рассчитать с помощью кредитного калькулятора величину ежемесячного платежа аннуитетного платежа. Ставка по кредиту взять актуальную на дату расчета.

**Задание 8**

Рассчитайте точку безубыточности для разрабатываемого проекта по своей бизнес-идеи.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Перечислите основные принципы оценки инвестиционного проекта
2. Уточните виды эффективности инвестиционного проекта
3. Дайте определение срока окупаемости проекта
4. Что представляет и как рассчитывается внутренняя норма доходности?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 14. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование

Цель: изучить основные положения, составляющие консультационно-информационное обеспечение предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

**Теоретическая часть**

Нематериальные активы (НМА) — это ценности, которые используются для ведения бизнеса, но не имеют физической формы.

В общем случае нематериальные активы включают в себя объекты интеллектуальной собственности. При соответствии определенным критериям к нематериальным активам, в частности, относятся (п. 1 ст. 1225 ГК РФ):

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для ЭВМ;
- базы данных;
- исполнения;
- фонограммы;
- вещание организаций эфирного или кабельного вещания;
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем;
- ноу-хау;
- фирменные наименования;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения.

К нематериальным активам относят активы, которые удовлетворяют следующим условиям:

1. объект способен приносить организации экономические выгоды (доход) в объект способен приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем;
2. компания имеет право на получение данных экономических выгод в будущем;
3. возможность идентификации от другого имущества;
4. использование в течение длительного времени, то есть срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;
5. компания не предполагает последующую перепродажу данного имущества в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;
6. первоначальная стоимость объекта может быть определена;
7. отсутствие материально-вещественной формы.

Согласно Положению по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации к *нематериальным активам* относятся:

- права, возникающие из авторских и иных договоров на произведения науки, литературы, искусства и объекты смежных прав, включая кинофильмы, иные аудиовизуальные произведения, театрально-зрелищные представления, мультимедийные продукты и т.п.;
- права, возникающие на программы для ЭВМ, базы данных и другое;
- права, возникающие из патентов на изобретения, промышленные образцы, из свидетельств на полезные модели;
- исключительное право патентообладателя на селекционные достижения;
- исключительное право владельца на товарные знаки и знаки обслуживания или лицензионных договоров на их использование;

- права на ноу-хау, производственные секреты, единые технологии и другие результаты интеллектуальной деятельности;
- деловая репутация организации.

К НМА не относятся:

- организационные расходы (расходы, связанные с образованием юридического лица, признанные в соответствии с учредительными документами частью вклада участников (учредителей) в уставный (складочный) капитал организации);
- интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификацию и способность к труду, поскольку они неотделимы от своих носителей и не могут быть использованы без них.

В России нематериальные активы не признаются предметом налогообложения на имущество организации. При выполнении ряда условий в налоговом учёте на нематериальные активы начисляется амортизация.

Лицензирование собственности представляет собой процесс передачи прав временного пользования объектом интеллектуальной собственности. Согласно гражданскому законодательству Российской Федерации, сторона, передающая права, называется лицензиар, а сторона, приобретающая права — лицензиат.

## Задания

### Задание 1

Вы провели исследование в области химии, в результате которого открыли новый закон природы, синтезировали ранее не известное вещество и написали об этом научную статью. Выделите и охарактеризуйте все охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности:

**A.** Научное открытие, новое вещество (изоб ретение), научная статья (произведение науки).

**B.** Новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки).

**C.** Новое вещество (изобретение) при условии его патентования, научная статья (произведение науки) при условии ее опубликования.

### Задание 2

Антонов — единственный автор разработки — раскрыл ее суть в докладе на конференции. Доклад был опубликован 1 февраля 2016 года. Далее 18 февраля 2017 года Антонов обратился к патентному поверенному за услугами по оформлению заявки на регистрацию данной разработки как изобретения в Роспатенте. Патентный поверенный заявил о непатентоспособности данной разработки, поскольку она уже известна из уровня техники, так как информация о ней была раскрыта в опубликованном докладе. Прочтите п. 3 ст. 1350 ГК РФ. Прав ли патентный поверенный?

**A.** Нет, потому что Антонов является единственным автором разработки, поэтому не «конкурирует» сам с собой и эта публикация не может считаться для него вошедшей в уровень техники.

**B.** Нет, потому что льготный срок на подачу заявки после раскрытия информации не истек.

**C.** Да, потому что по закону не имеет значения, кто раскрыл данные о разработке, а льготный срок для подачи заявки после раскрытия информации уже истек.

### Задание 3

Исключительным правом на какие объекты интеллектуальной собственности нельзя распорядиться (например, путем предоставления права использования такого объекта другому лицу в форме лицензионного договора)?

**A.** Распорядиться можно исключительным правом на любой объект

интеллектуальной собственности.

B. Программы для ЭВМ и базы данных.

C. Фирменное наименование и наименование места происхождения товара.

**Задание 4**

Воспользовавшись поиском по патентным базам, необходимо найти патенты, выданные на различные объекты интеллектуальной собственности и дать им характеристику https://el.ncfu.ru/pluginfile.php/315321/mod_resource/content/1/patentnyy-poisk.pdf

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Что такое интеллектуальная собственность?
2. Какие существуют виды интеллектуальных прав?
3. Чем регулируются вопросы создания, использования и охраны нематериальных активов?
4. Какие новшества и как можно защищать и коммерциализировать юридическими средствами?
5. Ознакомьтесь с лицензированием деятельности в области создания и применения информационных технологий. Какие основные законы регулируют данную деятельность?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 15. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование

Цель: изучить основные положения, составляющие консультационно-информационное обеспечение предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Интеллектуальная собственность — закрепленные законом исключительные права на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Законодательство, которое определяет права на интеллектуальную собственность, устанавливает монополию авторов на определенные формы использования результатов своей интеллектуальной, творческой деятельности, которые, таким образом, могут использоваться другими лицами лишь с разрешения первых.

Суть **охраны** прав на объекты **интеллектуальной собственности** заключается в том, что автор (создатель) объекта **интеллектуальной собственности** или другое признанное законом лицо получает от государства исключительные права на созданный объект **интеллектуальной собственности** на определенный период времени.

Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности обеспечивается на основе патентного законодательства, законодательства по защите недобросовестной конкуренции (права на коммерческую тайну), авторского права, законодательства о средствах индивидуализации. За нарушение прав интеллектуальной собственности

наступает гражданская, уголовная и административная ответственность. Техническое новшество можно защитить от использования другими лицами путем оформления патента на изобретение, патента на промышленный образец, свидетельства на полезную модель или ноу-хау

В современных реалиях правовая **охрана** и защита **интеллектуальной собственности** является эффективным средством защиты от недобросовестных коммерсантов, повышения капитализации организации и увеличения ее доходной части, снижения рисков потери имиджа в результате деятельности организаций, нарушающих интеллектуальные права.

**Задания**

**Задание 1**

При проведении опытно-конструкторской работы в лаборатории научно исследовательского института научный сотрудник Матвеев изобрел новое устройство. Заведующий этой лабораторией Карпов потребовал указать в качестве авторов изобретения не только Матвеева, но и его, Карпова, поскольку он осуществлял общее руководство данной работой, контролировал ход ее выполнения и оказывал Матвееву всяческое организационное и материальное содействие, вникал в суть разработки и давал ценные советы. Матвеев согласился на это при условии, что это будет оформлено договором и за это ему будет заплачено. Карпов и Матвеев подписали соглашение, из которого следовало, что стороны признают, что они являются соавторами изобретения, и было дано описание изобретения. Оговоренную сумму Карпов немедленно передал Матвееву. Институт оформил на данное изобретение патент, в котором обладателем исключительного права на изобретение был указан институт, а авторами изобретения были указаны Матвеев и Карпов. Впоследствии Матвеев поссорился с Карповым и решил добиться исключения указания на авторство Карпова из патента. Выберите правильную юридическую оценку описанной ситуации.

A. Ситуация соответствует закону, поскольку интеллектуальные права являются передаваемыми и отчуждаемыми активами. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова.

B. Продажа авторства законом не признается и не защищается. Сделка Карпова и Матвеева ничтожна, потому что заведующий лабораторией не внес никакого личного творческого вклада в создание изобретения и не может считаться автором по закону. Матвеев имеет основания для оспаривания соавторства Карпова.

C. Карпов является соавтором Матвеева в силу закона. Соглашение Карпова и Матвеева является излишним и недействительным. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова и должен вернуть Карпову полученные от него деньги.

**Задание 2**

Общество с ограниченной ответственностью «Старт Ап» подало в Роспатент заявку на получение патента на коммерчески ценную разработку в качестве изобретения. К «Старт Апу» обратилась компания, заинтересованная в использовании данной разработки, с выгодным предложением приобрести временную неисключительную возможность ее использования. Юрист «Старт Апа» разъяснил руководству фирмы, что, по его мнению, в России это невозможно. Прав ли он?

A. Да, потому что лицензирование патентных заявок законодательством не предусмотрено.

B. Отчасти да, потому что до публикации патентной заявки право использования своей разработки «Старт Ап» может предоставить только в качестве ноу-хау (при условии, что сведения сохранялись в режиме конфиденциальности), а после публикации режим ноу-хау по закону пропадает и до момента получения патента юридический объект

использования отсутствует.

C. Нет, потому что как до, так и после публикации патентной заявки до получения патента «Старт Ап» может предоставлять право использования соответствующей информации, несмотря на то что отсутствует охраняемый объект интеллектуальной собственности (ноу хау, изобретение); а если в отношении разработки соблюдался режим конфиденциальности, то это также возможно по договору о предоставлении права использования ноу-хау (но только до публикации заявки, если вся суть такого ноу-хау заключалась в данном изобретении).

**Задание 3**

В связи с выполнением конкретного задания работодателя работник-инженер в нерабочее время 28 сентября 2016 года разработал устройство для спутникового мониторинга местоположения групп и отдельных людей, о чем письменно уведомил работодателя. Работодатель ничего работнику по поводу этой разработки не сообщал, а 24 февраля 2017 года подал в отношении нее в Роспатент заявку на выдачу патента на полезную модель, указав работника в качестве автора и выплатив ему типовое вознаграждение, оговоренное в трудовых договорах всех работников данной организации. Впоследствии патент работодателю на эту полезную модель был выдан, работодатель принял исключительное право на нее к бухгалтерскому учету и предоставил право ее использования своему партнеру, который начал производство таких устройств. Вправе ли инженер: 1) оспаривать выдачу патента; 2) требовать от работодателя компенсаций за нарушение исключительного права инженера на данную разработку?

A. Инженер не вправе оспаривать патент и предъявлять претензии к работодателю, потому что работодатель принял исключительное право на изобретение к бухгалтерскому учету (поставил патент на баланс).

B. Инженер вправе оспаривать патент и требовать компенсаций от работодателя и его партнера, потому что изобретение не являлось служебным и у работодателя не было права на получение патента.

C. Инженер вправе оспаривать патент, потому что право на получение патента вернулось к нему как автору-изобретателю (работнику), но не вправе предъявлять претензии о нарушении своего исключительного права (потому что у него его не было), а вправе требовать возмещения убытков и (или) компенсации морального вреда (если сможет доказать соответствующие обстоятельства).

**Задание 4**

Сотрудник, работающий в компании по трудовому договору, по своей инициативе в рабочее время нарисовал для нее логотип (авторское произведение — объект графики). Создание логотипов в трудовые обязанности сотрудника не входило. Данный логотип компания зарегистрировала в качестве изобразительного товарного знака и получила соответствующее свидетельство. Прочитайте п. 9 ст. 1483 ГК РФ. Сможет ли дизайнер требовать отмены регистрации данного знака?

A. Нет, потому что право на товарный знак не может принадлежать дизайнеру (физическому лицу) и авторское право на произведение графики не может пересекаться с исключительным правом на товарный знак.

B. Да, потому что исключительное право на произведение графики не перешло компании, а товарный знак не должен нарушать чужих авторских прав.

C. Нет, потому что данный логотип является служебным произведением и исключительное право на него принадлежит компании.

**Задание 5**

Изучив информацию, представленную на сайте Роспатент Федеральной службы по

интеллектуальной собственности https://rospatent.gov.ru/ru, подготовить список документов для регистрации прав на интеллектуальную собственность в рамках разрабатываемого бизнес-проекта.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Что такое интеллектуальная собственность?
2. Какие существуют виды интеллектуальных прав?
3. Чем регулируются вопросы создания, использования и охраны нематериальных активов?
4. Какие новшества и как можно защищать и коммерциализировать юридическими средствами?
5. Ознакомьтесь с лицензированием деятельности в области создания и применения информационных технологий. Какие основные законы регулируют данную деятельность?

Литература: [1 - 8].

## Практическая работа 16. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование

Цель: углубление знаний об основных видах объектов инновационной инфраструктуры, изучение особенностей представление проектов

В результате освоения темы формируется компетенция:

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

### Теоретическая часть

Организационную, правовую и экономическую поддержку инновационной деятельности предприятия на различных уровнях и в различных формах обеспечивает инновационная инфраструктура.

Под инновационной инфраструктурой понимают совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих организаций, учреждений, их объединений, ассоциаций любой формы собственности, оказывающих услуги по обеспечению инновационной деятельности (финансовые, консалтинговые, маркетинговые, информационно-коммуникативные, юридические, образовательные и т.п.).

Инновационная инфраструктура объединяет организации различных видов: консалтинговые, маркетинговые, информационно-коммуникационные, юридические, образовательные, тренинговые и т.д. фирмы, инвесторов, посредников, научные и государственные учреждения, которые своей деятельностью охватывают весь инновационный цикл - от генерации научно-технической идеи до реализации нововведения.

Целью создания инфраструктуры является комплексное обеспечение инновационной деятельности субъектов хозяйствования, сохранение и развитие научно-технического потенциала страны в интересах общества, включая преодоление спада производства, его структурная перестройка, изменение номенклатуры изделий, создания новой продукции, новых производственных процессов.

Важным этапом подготовки к защите проекта является подготовка презентации. Презентация – системный итог деятельности обучающегося, в нее вынесены все основные результаты работы над индивидуальным проектом.

Выполнение презентаций для защиты проекта позволяет логически выстроить материал, систематизировать его, представить к защите, приобрести опыт выступления перед аудиторией, формирует коммуникативные компетенции обучающегося.

Для оптимального отбора содержания материала работы в презентации необходимо выделить ключевые понятия, теории, проблемы, которые раскрываются в презентации в виде схем, диаграмм, таблиц. На каждом слайде определяется заголовок по содержанию материала.

Оптимальное количество слайдов, предлагаемое к защите работы, – 10–12.

Содержание материала, представленного в одном слайде, должно соответствовать заголовку слайда.

Для оформления слайдов презентации рекомендуется использовать простые шаблоны без анимации, соблюдать единый стиль оформления всех слайдов. Рекомендуется на одном слайде использовать не более трех цветов: один – для фона, один – для заголовков, один – для текста. Смена слайдов устанавливается по щелчку без времени.

Шрифт, выбираемый для презентации, должен обеспечивать читаемость на экране и быть в пределах размеров 18–72 пт, что обеспечивает презентабельность представленной информации. Не следует использовать разные шрифты в одной презентации.

Алгоритм выстраивания презентации соответствует логической структуре работы и отражает последовательность ее этапов.

## Задания

**Задание 1.**

Провести сравнительный анализ основных объектов инновационной инфраструктуры, заполнив таблицу.

Сравнительная характеристика объектов инновационной инфраструктуры

| Название объекта | Отличительные свойства | Функции | Пример |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |

**Задание 2.**

**Тесты**

1. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:
   1. концерны и ассоциации;
   2. общественные академии;
   3. технопарки.

2. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является
   1. Правительственная комиссия по научно-технической политике;
   2. Миннауки и технологий РФ;
   3. Министерство экономики РФ;
   4. Государственная Дума.

3. Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:
   1. продуктовая;
   2. функциональная;
   3. ресурсная;
   4. организационно-управленческая;
   5. ситуационная.

4 Субъекты инновационной деятельности квалифицируются на:
а) непосредственных и вспомогательных
б) прямых и косвенных
в) главных и второстепенных
г) значимых и незначительных

5 Государственная инновационная политика является предметом:
а) исключительной компетенцией Российской Федерации
б) исключительной компетенцией субъектов Российской Федерации
в) совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации

6. Государственное регулирование инновационной политики дифференцируется на:
а) прямое и косвенное
б) бюджетное и внебюджетное
в) основное и второстепенное
г) значимое и незначительное

7. Государственная научно-техническая программа – это:
а) комплекс мероприятий, взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям, обеспечивающих эффективное решение важнейших научно-технических проблем на приоритетных направлениях развития науки и техники
б) официальный документ, утверждаемый Правительством РФ
в) комплекс приоритетных направлений развития науки и техники
г) «а» и «б»

8. В структуре Правительства РФ государственное регулирование инновационной политики осуществляет:
а) Министерство труда и социального развития
б) Министерство образования и науки
в) Министерство финансов
г) Министерство экономического развития

9. Научно-производственный комплекс наукограда – это:
совокупность
организаций,
осуществляющих
инновационную деятельность
б) совокупность технического вооружения наукограда: станки, оборудование и др.
в) совокупность занятого на территории наукограда населения

10. Статус Наукограда РФ присваивается:
а) Правительством РФ
б) Президентом РФ по представлению Правительства РФ
в) Главой муниципального образования по результатам проведения референдума
г) Губернатором субъекта Российской Федерации

**Задание 3.**
Используя результаты выполненных практических работ 1-15, необходимо подготовить презентацию и составить рецензию по разрабатываемому командному или индивидуальному проекту.

**Вопросы к практическому занятию:**

1. Государственная политика развития инновационной деятельности.
2. Инкубаторы, технопарки, технополисы, инновационно-технологические центры и комплексы.
3. Подготовка специалистов в области технологического менеджмента и инновационной деятельности.
4. Региональный опыт подготовки менеджеров инновационной деятельности.
5. Управление технологическим развитием организации – содержание квалификации менеджера инновационной деятельности.

Литература: [1 - 8].

**Список рекомендуемой литературы**.

1. Байбурин, А. Х. Методы инноваций в строительстве Электронный ресурс / Байбурин А. Х., Кочарин Н. В. : учебное пособие. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-8114-4963-7

2. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6

3. Инновационное предпринимательство и коммерциализация инноваций Электронный ресурс : Учебно-методическое пособие / Д. Ш. Султанова [и др.]. - Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. - 112 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7882-2064-2

4. Кузьмина, Е. Е. Инновационное предпринимательство Электронный ресурс : Учебник / Е. Е. Кузьмина. - Москва : Российская таможенная академия, 2017. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9590-0978-6

5. Романенко, Е. В. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство Электронный ресурс / Романенко Е. В. : методические указания. - Омск : СибАДИ, 2020. - 52 с.

6. Романенко, Е. В. Теория и методология развития малого предпринимательства в условиях инновационной экономики Электронный ресурс / Романенко Е. В. : монография. - Омск : СибАДИ, 2020. - 129 с. - ISBN 978–5–00113-141-0

7. Серков,, Л. Н. Управление инновационным развитием предприятия : методическое пособие / Л. Н. Серков. - Управление инновационным развитием предприятия,2025-11-24. - Электрон. дан. (1 файл). - Симферополь : Университет экономики и управления, 2020. - 111 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397

8. Сухорукова, М. В. Введение в предпринимательство для ИТ-проектов Электронный ресурс / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. - Введение в предпринимательство для ИТ-проектов,2021-11-30. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 123 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4486-0510-9

**Интернет-ресурсы:**

1. Навигатор по российскому рынку инвестиций в стартапы и бизнес – Режим доступа: https://get-investor.ru/

2. Краудфандинговые платформы – Режим доступа: https://planeta.ru/ и https://boomstarter.ru/

3. Институт «Фонд «Инвестиционные возможности России» – Режим доступа: www.ivr.ru

4. Профессиональная база данных Росстата – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/

5. Информационная справочная система КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru

6. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ – Режим доступа: http://www.garant.ru/

7. Патентное бюро – Режим доступа: https://www.borovic.ru/index_p_7_p_4.html

8. Информационная база патентов – Режим доступа: https://yandex.ru/patents

9. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) – Режим доступа: https://rospatent.gov.ru/ru

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для обучающихся по организации и
проведению самостоятельной работы по дисциплине
«Технологическое предпринимательство»
для студентов направления подготовки
11.03.02 Инфокоммуникационные технологии и системы связи
направленность (профиль) Интеллектуальная обработка данных в инфокоммуникационных системах и сетях

Ставрополь
2026

Методические указания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Технологическое предпринимательство» и содержат задания к самостоятельной работе, порядок их выполнения и методические указания к ним.

Предназначены для студентов направления подготовки 11.03.02 Инфокоммуникационные технологии и системы связи направленность (профиль) Интеллектуальная обработка данных в инфокоммуникационных системах и сетях

Составитель: к.э.н., доцент Шарунова Е.В.

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение ..... 48
1. Общая характеристика самостоятельной работы ..... 49
2. План-график выполнения самостоятельной работы ..... 50
3. Методические указания по изучению теоретического материала ..... 51
4. Методические указания по самотестированию, подготовке к тестированию ..... 55
5. Методические указания по подготовке доклада ..... 56
Список рекомендуемой литературы. ..... 58

## Введение

Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного изучения определенных тем дисциплины по материалам, рекомендованным преподавателем, а также в порядке подготовки к практическим занятиям.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента.

Целью самостоятельной работы студентов по дисциплине «Технологическое предпринимательство» является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами самостоятельной работы по дисциплине «Технологическое предпринимательство» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ.

Самостоятельная работа студентов в семестре представлена в виде самостоятельного изучения литературы по отдельным темам дисциплины, подготовка к практическим работам и написание реферата.

## 1. Общая характеристика самостоятельной работы

Изучение дисциплины «Технологическое предпринимательство» нацелено на формирование у студентов необходимых теоретических и практических основ организации и ведения бизнеса в современных условиях.

При изучении этой дисциплины должны быть реализованы следующие основные задачи:

- знакомство учащихся с теорией и практикой ведения технологического бизнеса;
- изучение основ создания собственного дела в области технологического предпринимательства;
- приобретение навыков применения современных цифровых инструментов и адаптации теоретических знаний к российской практике предпринимательства;
- ознакомление с процессом предпринимательской деятельности, реализацией предпринимательского проекта, бизнес - планированием, привлечением ресурсов;
- изучение особенностей формирования команды проектов в сфере технологического предпринимательства;

В результате изучения дисциплины студенты получают практические навыки по организации собственного дела в сфере технологического предпринимательства, по решению задач текущей предпринимательской деятельности, по поиску новых инновационных и прогрессивных идей и ресурсов для развития бизнеса; получают навыки командного взаимодействия при совместной работе в рамках реализации инновационного проекта.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие компетенции у обучающегося:

| Код, формулировка компетенции | Код, формулировка индикатора | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов |
|---|---|---|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-1. УК-3 - участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи | используя знания методов командообразования и командного взаимодействия, способен сформировать команду проектов в сфере технологического предпринимательства |
| | ИД-2. УК-3 - обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта; | учитывая индивидуальные возможности членов команды проектов в сфере технологического предпринимательства проектов и используя информационные технологии, способен планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды для достижения эффективной работы |
| | ИД-3. УК-3 - обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения | используя знания основ планирования работы команды для достижения поставленной цели, способен преодолевать возникающие в коллективе разногласия и конфликты на основе учета интересов всех сторон при реализации проектов в сфере технологического предпринимательства |
| УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной | ИД-1. УК-2 - формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач; | Используя знания о теории и практики ведения технологического бизнеса, способен сформулировать цель бизнес-проекта и определить задачи, обеспечивающие эффективную реализацию бизнес-идеи в сфере технологического |

| | | |
|---|---|---|
| цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | | предпринимательства |
| | ИД-2. УК-2 - разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений | Опираясь на действующие правовые нормы, регулирующие предпринимательскую деятельность в сфере технологического бизнеса и учитывая ограниченность ресурсов и ограничений, умеет разрабатывать план реализации бизнес-проекта для с учетом максимальной эффективности |
| | ИД-3. УК-2 - обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов. | Способен применять современные цифровые инструменты (облачные хранилища, сервисы для совместной работы и общения и др.) при реализации бизнес-идеи, с учетом установленных сроков, задач и целей, имеющихся ресурсов. |

Дисциплина «Технологическое предпринимательство» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору 1), и является дисциплиной, которая предназначена для подготовки студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики.

## 2. План-график выполнения самостоятельной работы

Виды и содержание самостоятельной работы студента и формы контроля

Технологическая карта самостоятельной работы студента.

| Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов) | Вид деятельности студентов | Итоговый продукт самостоятельной работы | Средства и технологии оценки |
|---|---|---|---|
| ИД-1. УК-2<br>ИД-2. УК-2<br>ИД-3. УК-2<br>ИД-1. УК-3<br>ИД-2. УК-3<br>ИД-3. УК-3 | Самостоятельное изучение литературы № 1-9 | Конспект | Собеседование |
| ИД-1. УК-2<br>ИД-2. УК-2<br>ИД-3. УК-2<br>ИД-1. УК-3<br>ИД-2. УК-3<br>ИД-3. УК-3 | Подготовки к лекциям | Конспект | Собеседование |
| ИД-1. УК-2<br>ИД-2. УК-2<br>ИД-3. УК-2<br>ИД-1. УК-3<br>ИД-2. УК-3<br>ИД-3. УК-3 | Подготовка к практическому занятию | Защита практических работ | Собеседование |
| ИД-1. УК-2<br>ИД-2. УК-2<br>ИД-3. УК-2<br>ИД-1. УК-3<br>ИД-2. УК-3<br>ИД-3. УК-3 | Самотестирование, подготовка к тестированию | Тестирование | тестовые задания |
| ИД-1. УК-2<br>ИД-2. УК-2<br>ИД-3. УК-2<br>ИД-1. УК-3<br>ИД-2. УК-3<br>ИД-3. УК-3 | Подготовка доклада | Доклад | Защита |

Необходимые указания по проведению практических занятий отражены в Методических указаниях по выполнению практических работ по дисциплине «Технологическое предпринимательство» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, 2023- [Электронная версия].

## 3. Методические указания по изучению теоретического материала

При изучении дисциплины «Технологическое предпринимательство» предусмотрено изучение теоретического материала.

Форма контроля данного вида СРС: собеседование.

### Вопросы для собеседования

**Тема 1 Технологическое предпринимательство. Основные понятия и определения (УК-2).**

1. Определение и сущность технологического предпринимательства.
2. Отличительные черты технологического предпринимательства от традиционных форм
3. Факторы успеха высокотехнологичного бизнеса
4. Характеристика и этапы предпринимательского процесса
5. Основные тенденции развития инновационного предпринимательства в РФ
6. Пути повышения эффективности развития инновационного предпринимательства в РФ

**Тема 2. Создание инновационного бизнеса (УК-2).**

1. Определение и основные отличительные преимущества стартапа
2. Методика развития «Бережливый стартап»

**Тема 2. Формирование и развитие команды (УК-3).**

1. Факторы, которых следует избегать при создании команды стартапа
2. Методики оценки эффективности работы команд со стороны инвесторов
3. Этапы формирования команды стартапа
4. Принципы формирования команды проекта
5. Основные факторы для создания команды
6. Понятие предпринимательской команды
7. Критерии, влияющие на эффективность работы команды
8. Этапы формирования эффективного командного лидерства
9. Основные подходы к командной мотивации
10. Критерии оценки эффективности команды проекта
11. Характеристика основных подхода к формированию команды
12. Методы управления командой проекта
13. Инструменты управления командой проекта
14. Навыки, необходимые команде стартаперов:
15. Основные типы лидеров команд инновационных стартапов
16. Характеристика командных ролей по признаку классификации «Профессиональная деятельность»
17. Характеристика командных ролей по признаку классификации «Решение сложных проблем»
18. Тимбилдинг: определение и этапы реализации
19. «Командная роль» и «проектная функция» - их отличительные характеристики
20. Основные цели командного развития
21. Методы разрешения конфликтов среди участников команды стартапа
22. Особенности управление конфликтами в проектной команде
23. Этапы командообразования в технологическом предпринимательстве
24. Факторы, оказывающие влияние на сплоченность группы стартапа

**Тема 3. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план (УК-2).**

1. Основные методы генерирования бизнес-идей
2. Методики построения бизнес-модели
3. Составляющие элементы универсального шаблона бизнес-модели Александра Остервальдера и Ива Пинье
4. Трансформация бизнес-модели в бизнес-план
5. Требования, предъявляемые к бизнес-планам инновационных проектов предприятий
6. Применение информационных технологий в бизнес-планировании

**Тема 4. Маркетинг. Оценка рынка (УК-2).**

1. Основы маркетинговых исследований.
2. Оценка рынка и целевой сегмент.
3. Комплекс маркетинга.
4. Особенности продаж инновационных продуктов.
5. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов

**Тема 5. Разработка продукта и выведение его на рынок (УК-2).**

1. Коммерциализация инноваций: сущность и этапы реализации
2. Этапы разработки и производства инновационного продукта
3. Жизненный цикл инновационного продукта
4. Этапы жизненного цикла инновационного продукта
5. Отличительные черты инновационных продуктов
6. Организация процесса разработки нового продукта
7. Методологии разработки продукта
8. Методы моделирования потребностей потребителей.
9. Модель потребительского поведения

**Тема 6 Риски и методы управления ими (УК-2).**

1. Основные риски инновационного проекта
2. Организационные меры по профилактике и нейтрализации рисков
3. Общие принципы классификации риска
4. Основные методы оценки риска.

**Тема 7. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта (УК-2).**

1. Характеристика методов оценки финансово-экономической эффективности инновационных проектов
2. Финансирование инновационной деятельности организации.
3. Проблемы финансирования научно-технических проектов
4. Инвестиционная привлекательность и эффективность проекта

**Тема 8. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование (УК-2).**

1. Понятия интеллектуальной собственности и ее охраны.
2. Общие свойства интеллектуальной собственности.
3. Правовые инструменты приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности.
4. Средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

**Тема 9 Инфраструктура поддержки инновационной деятельности (УК-2).**

1. Организация системы поддержки государством малых и средних предприятий в сфере технологического предпринимательства
2. Инновационная инфраструктура РФ и её развитие.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу с

преподавателем на темы изучаемой дисциплины.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

При подготовке к испытанию студенту предоставляется право пользоваться своими конспектами.

При проверке задания, оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации, четкость изложения ответа.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко дает ответы на вопросы повышенного уровня, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части базового материала, допускает существенные ошибки.

### *Работа с книгой*

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - эти внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не

должно остаться ни одного непонятного олова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

### *Правила самостоятельной работы с литературой*

Как уже отмечалось, самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

• Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;

• Сам такой перечень должен быть систематизированным.

• Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).

• Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.

• При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями (или даже с более подготовленными и эрудированными сокурсниками), которые помогут Вам лучше сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время...

•Естественно, все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц).

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить, как сами сведения, излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической

последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

***Методические указания по составлению конспекта***

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

## 4. Методические указания по самотестированию, подготовке к тестированию

По дисциплине «Технологическое предпринимательство» предусмотрено самостоятельное решение тестов, формой контроля которого выступает тестовые задания. Тестовые задания включены в ФОСы по дисциплине для оценки заний студентов.

Примерные тесты по дисциплине

1. Отличительной чертой технологического предпринимательства от традиционного является следующее утверждение:

A. «Спрос рождает предложение»
B. «Предложение рождает спрос»

2. #### - это документ, который защищает идеи и изобретения и запрещает их копирование, распространение и продажу без разрешения автора.

A. лицензия
B. патент
C. товарный знак

3. К методам пассивного поиска инновационных идей относят:

A. анализ патентов, предложения по лицензиям, предложения изобретателей
B. анализ патентов, мозговая атака, опросы потребителей
C. метод Дельфи, предложения рационализаторов, оценка публикаций
D. анализ патентов, предложения по лицензиям, мозговая атака

4. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:

A. ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты

B. потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек

C. внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики

5. Анализ рисков инновационного проекта представляет собой:

A. вид анализа, позволяющий компании оценить вероятности ухудшения итоговых показателей бизнеса.

B. блок стратегического позиционирования будущего бизнеса

C. часть маркетинговой стратегии компании

6. Какую информацию из предложенных вариантов инвестор считает наиболее важной для принятия решения об инвестировании в стартап?

A. обоснование востребованности продукта

B. конкретные и обоснованные планы по рынку и деньгам

C. жизнеспособная бизнес-модель проекта

D. действительны все варианты

7. Этот тип инновационной политики применим для краткосрочных и недорогих проектов, выполняемых отдельными фирмами

A. политика социальной ориентации

B. политика технологического толчка

C. политика рыночной ориентации

D. политика изменения экономической структуры

8. ### - это сложный многофункциональный комплекс, который обеспечивает благоприятные условия для эффективной деятельности новообразованных малых инновационных предприятий, которые реализуют интересные научные идеи

A. технополис

B. инкубатор

C. технопарк

9. Формы защиты интеллектуальной собственности -

A. гражданское и административное право

B. коммерческая и государственная тайна

C. авторское право, патентное право и коммерческая тайна

D. интеллектуальное право и смежные права

10. Работа в команде имеет следующее пре-имущество:

A. Снижает время на принятие решений.

B. Упрощает процесс распределения прибыли.

C. Повышает креативность.

## 5. Методические указания по подготовке доклада

К самостоятельной работе относится подготовка доклада.

Примерные темы докладов:

1. Определение технологического предпринимательства и предпринимателя.
2. Инновационная направленность предпринимательской деятельности.
3. Формы и виды предпринимательской деятельности.
4. Предприниматели без образования юридического лица и юридические лица как равноправные субъекты предпринимательской деятельности.
5. Лицензирование предпринимательской деятельности: сущность, цель, задачи.
6. Характеристика и этапы предпринимательского процесса.
7. Критерии выбора и методы оценки бизнес-идеи.
8. Критерии выбора формы деятельности.
9. Критерии выбора фирменного наименования.
10. Товарный знак (знак обслуживания).
11. Обеспечение бизнеса ресурсами.
12. Как разработать бизнес-план и определить стратегию развития своего бизнеса.
13. Основные факторы развития нового бизнеса (потребитель, рынок, конкуренция).
14. Стратегическое планирование деятельности предприятия.
15. Стратегия вступления в новый бизнес.
16. Разработка целевых комплексных программ как форма стратегического планирования.
17. Формирование банка идей развития предприятия.
18. Особенности организации сотрудничества в области высоких технологий.
19. Международные деловые связи. SWOT – анализ
20. Разработка бизнес-плана.
21. Предпринимательские риски и методы их снижения.
22. Меморандум о конфиденциальности.
23. Условия конфиденциальности передаваемой информации.
24. Венчурный капитал.
25. Экономическая полезность бизнес-плана.
26. Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов.
27. Фактор времени в экономических измерениях.
28. Дисконтирование денежных потоков.
29. Динамические показатели оценки эффективности.
30. Финансирование инновационных проектов.
31. Государственные источники финансирования.
32. Внебюджетные источники финансирования.
33. Негосударственные источники финансирования.
34. Коммерческие источники финансирования.
35. Венчурные источники финансирования.
36. Финансирование государственным фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.
37. Финансирование инновационной деятельности на региональном уровне.
38. Финансирование и поддержка инновационной деятельности зарубежными структурами.
39. Финансирование некоммерческих проектов.
40. Государственная политика развития инновационной деятельности.
41. Инкубаторы, технопарки, технополисы, инновационно -технологические центры и комплексы.

**Доклад**– публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение определённой темы.

**Этапы подготовки доклада:**

1. Определение цели доклада.
2. Подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада.
3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.
4. Общее знакомство с литературой и выделение среди источников главного.
5. Уточнение плана, отбор материала к каждому пункту плана.
6. Композиционное оформление доклада.
7. Заучивание, запоминание текста доклада, подготовки тезисов выступления.
8. Выступление с докладом.
9. Обсуждение доклада.
10. Оценивание доклада

**Композиционное оформление доклада**– элементами композиции доклада являются: вступление, изложение, заключение.

**Вступление** помогает обеспечить успех выступления по любой тематике.

Вступление должно содержать:

· название доклада;

· сообщение основной идеи;

· краткое перечисление рассматриваемых вопросов;

· интересную для слушателей форму изложения;

Выступление состоит из следующих частей:

**Основная часть,** в которой выступающий должен раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами.

**Заключение**- это чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить овладение компетенцией УК-2.

При проверке задания, оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации, яркость и доступность презентации.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в работе представлен полный анализ поставленной проблемы с использованием различных концепций отечественных и зарубежных ученых, отражена авторская позиция по поставленной проблеме, представленная презентация яркая и информативная.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если доклад написан по одной из тем базового уровня, в работе представлен полный анализ поставленной проблемы с использованием различных концепций отечественных и зарубежных ученых, отражена авторская позиция по поставленной проблеме, представленная презентация яркая и информативная.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если в работе представлен анализ поставленной проблемы с использованием концепций отечественных ученых, авторская позиция по поставленной проблеме не отражена, представленная презентация требует доработки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если работа не выполнена, не раскрыта суть проблемы, нет презентации.

## Список рекомендуемой литературы.

1. Байбурин, А. Х. Методы инноваций в строительстве Электронный ресурс / Байбурин А. Х., Кочарин Н. В. : учебное пособие. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-8114-4963-7

2. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - http://biblioclub.ru/. -

Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6

3. Инновационное предпринимательство и коммерциализация инноваций Электронный ресурс : Учебно-методическое пособие / Д. Ш. Султанова [и др.]. - Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. - 112 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7882-2064-2

4. Кузьмина, Е. Е. Инновационное предпринимательство Электронный ресурс : Учебник / Е. Е. Кузьмина. - Москва : Российская таможенная академия, 2017. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9590-0978-6

5. Романенко, Е.В. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство Электронный ресурс / Романенко Е. В. - Омск : СибАДИ, 2020. - 52 с.

6. Романенко, Е. В. Теория и методология развития малого предпринимательства в условиях инновационной экономики Электронный ресурс / Романенко Е. В. : монография. - Омск : СибАДИ, 2020. - 129 с. - ISBN 978–5–00113-141-0

7. Серков,, Л. Н. Управление инновационным развитием предприятия : методическое пособие / Л. Н. Серков. - Управление инновационным развитием предприятия,2025-11-24. - Электрон. дан. (1 файл). - Симферополь : Университет экономики и управления, 2020. - 111 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397

8. Сухорукова, М. В. Введение в предпринимательство для ИТ-проектов Электронный ресурс / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. - Введение в предпринимательство для ИТ-проектов,2021-11-30. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 123 с.

**Интернет-ресурсы:**

1. Навигатор по российскому рынку инвестиций в стартапы и бизнес – Режим доступа: https://get-investor.ru/
2. Краудфандинговые платформы – Режим доступа: https://planeta.ru/ и https://boomstarter.ru/
3. Институт «Фонд «Инвестиционные возможности России» – Режим доступа: www.ivr.ru
4. Профессиональная база данных Росстата – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/
5. Информационная справочная система КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru
6. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ – Режим доступа: http://www.garant.ru/
7. Патентное бюро – Режим доступа: https://www.borovic.ru/index_p_7_p_4.html
8. Информационная база патентов – Режим доступа: https://yandex.ru/patents
9. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) – Режим доступа: https://rospatent.gov.ru/ru

**Методическая литература:**

1. Методических указаниях по выполнению практических работ по дисциплине «Технологическое предпринимательство» для студентов направления подготовки 11.03.02 Инфокоммуникационные технологии и системы связи - [Электронная версия].