

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косаков Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 25.06.2026 14:02:13
Уникальный программный ключ: Основы предпринимательской деятельности, 6 семестр
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Код, направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	психологии

Типовые вопросы к зачету:

1. Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».
2. Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
3. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Понятие технологических укладов.
4. Чем команда отличается от малой группы?
5. Может ли группа стать командой? Что для этого нужно?
6. Что такое тимбилдинг? Как он осуществляется?
7. Единоличный и командный лидер, в чем их отличие?
8. Соотношение роли и командной функции.
9. Содержание и сущность процесса генерирования идей.
10. Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.
11. Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.
12. Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.
13. Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.
14. Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.
15. Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.
16. В чем основная причина для проведения маркетинговых исследований?
17. Каковы основные требования к маркетинговой информации, получаемой в исследованиях?
18. В чем специфика маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов?
19. Какие компании можно отнести к потенциальным конкурентам?
20. Опишите жизненный цикл товара. На какой стадии максимальны продажи и на какой стадии максимальна прибыль?
21. Опишите жизненный цикл продукта в гибком методе разработки, его основные преимущества и недостатки.
22. Этапы развития потребности, формы и стадии. Опишите, приведите примеры.
23. Моделирование потребности, цели.
24. Модель потребительского поведения. Этапы. Описание. Способы воздействия на потребителей на различных стадиях.
25. Раскройте смысл следующих понятий: стартап, экономичный (бережливый) стартап (Lean Startup), модель SPACE, HADI-цикл, бизнес-модель, разворот (пивот), малое инновационное предприятие, «долина смерти».

26. Опишите основные отличия стартапа от «традиционного» бизнеса, методики и путь развития.
27. Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (В, С, D), IPO.
28. Что такое ценностное предложение и как оно соотносится с «болью» клиента?
29. Краудфандинг как инструмент финансирования.
30. Проведите сравнительную характеристику грантов и субсидий, выделите общие черты и различия между этими видами финансовых инструментов.
31. Понятие нормы дисконта.
32. Процедура дисконтирования.
33. Экономическое содержание и методы расчета чистой текущей стоимости (NPV).
34. Охарактеризуйте показатель индекса доходности.
35. Понятие внутренней нормы рентабельности проекта.
36. Способы расчёты дисконтированного срока окупаемости.
37. Особенности оценки проектов, находящихся на ранних стадиях инновационного процесса.
38. Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?
39. В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?
40. В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?