

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт прикладной математики и компьютерных наук

УТВЕРЖДЕНО:
Директор
А. В. Замятин

Оценочные материалы по дисциплине

Предпринимательство

по направлению подготовки

01.03.02 Прикладная математика и информатика

Направленность (профиль) подготовки:
Математическое моделирование и информационные системы

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
К.И. Лившиц

Председатель УМК
С.П. Сущенко

Томск – 2025

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности..

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.

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

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

ИУК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.

ИУК-2.1 Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение.

ИУК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

ИУК-2.3 Решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время.

ИУК-3.1 Определяет свою роль в команде и действует в соответствии с ней для достижения целей работы.

ИУК-3.2 Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе.

ИУК-3.3 Понимает принципы групповой динамики и действует в соответствии с ними.

ИУК-6.1 Распределяет время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач.

ИУК-6.2 Планирует перспективные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений на основе принципов образования в течение всей жизни.

ИУК-6.3 Реализует траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

Миникейсы.

Миникейс 1. Crystal Pepsi. Это разновидность Pepsi, только без кофеина, выпущенная в 2007 году. Она позиционировалась как здоровая альтернатива классическому напитку. Объемы продаж, взлетевшие было сразу после выхода новинки, быстро и резко упали. Потребители привыкли к коричневому цвету Pepsi, и в прозрачном или синем варианте она их никак не устраивала. По словам Дэвида Новака, создателя Crystal Pepsi, это была его лучшая идея в жизни с худшим исполнением. Применение какого маркетингового инструмента на первоначальном этапе выпуска продукта, а рынок смогло бы поменять ход вещей?

Миникейс 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.). Нужно изучить

модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного приложения. Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на вышеуказанные вопросы?

Миникейс 3. «Чердак». Что за продукт: сервис для хранения вещей по подписке. «Чердак» позволяет пользователям вызвать муверов (основатели сервиса не любят слово «грузчик» из-за негативных ассоциаций), которые упакуют предметы, перевезут их на склад и загрузят фото в личный кабинет. Если пользователю нужно забрать вещь, он может сделать это в несколько кликов, и в назначенный день представители «Чердака» привезут её обратно. Сервис работает по подписке. Её стоимость зависит от объёма вещей, а также срока хранения. Минимальный месячный платёж составляет 349 рублей — за эти деньги можно хранить велосипед или шины при условии, что они будут лежать в «Чердаке» не меньше 12 месяцев. «Чердак» запустили бывший исполнительный директор Delivery Club Константин Захаров и сооснователь приложения «Голод» Мердан Дурдымурадов. Они потратили на запуск около \$300 тысяч, а в сентябре 2018 года привлекли \$600 тысяч от Qlean, президента Papa John's в России Кристофера Уинна и нескольких частных инвесторов. Вопрос - какой механизм роста, по Вашему мнению, наиболее подходит для данного стартапа? Ответ обоснуйте.

Миникейс 4. В апреле 2017 г. CD Land и голландская художница Маргарет А. Ван Бревурт заключили контракт на право использования произведения. CD Land так описывает «Ждуна» - фантазийное существо под условным названием «Ждун» с головой морского слона и телом личинки, выполненным в положении сидя без ног, а также с руками человека.

Срок действия контракта – до апреля 2022 г. Договор предусматривает право использования произведения на условиях исключительной лицензии в России, республиках Беларусь и Казахстан.

С августа 2017 г. CD Land подал 86 исковых заявлений в российских судах к индивидуальным предпринимателям и компаниям.

Главный офис CD Land находится в Москве, но это не мешает ей следить за своими интеллектуальными правами во многих регионах России. География подачи исков впечатляет: Москва, Челябинская, Владимирская, Иркутская, Новосибирская, Московская, Архангельская, Вологодская, Костромская, Саратовская, Пензенская, Ульяновская области, а также Краснодарский край.

Большинство исков подано к индивидуальным предпринимателям. Сумма взыскания – 50 000 руб. С юридический лиц и крупных компании CD Land требует больше:

Ozon – 7 млн руб.

ООО «Компания «Играмир» – 5 млн руб.

ХК «Спартак» - 7 млн руб.

Суды уже начали выносить решения. Чаще – они в пользу CD Land.

Например: 31 августа 2018 г. арбитражный суд Москвы взыскал с «Мегафона» 8,6 млн рублей компенсации по иску российской компании CD Land, которая владеет правами на образ персонажа Ждун в России.

CD Land просила взыскать с оператора 10 млн рублей за использование образа Ждуна в рекламной кампании. Суд удовлетворил требования истца частично. «Мегафон» с решением суда не согласен и намерен его обжаловать.

В июне 2016 г. CD Land подал заявку в Роспатент на регистрацию объемного товарного знака Ждун по 30 классам МКТУ:

Ранее компания пыталась зарегистрировать в качестве бренда само изображение Ждуна, но получила отказ Роспатента — на том основании, что ранее аналогичные права на территории России зарегистрировала сама автор образа, голландская художница Маргрит ван Бревурт, лицензиатом которой в России выступает CD Land.

Арбитражный суд Москвы удовлетворил заявление ООО "Си Ди Лэнд Контакт" (владелец прав на товарный знак "Ждун") о признании банкротом ООО "Фортес", задолжавшее заявителю 5 миллионов рублей компенсации за нарушение прав на произведение, говорится в материалах суда.

Ранее компания "Си Ди Лэнд Контакт" установила, что ООО "Фортес" продает на сайте redkube.ru блокноты, подушки, кружки, шоколад, боди для малышей, мешочки, сумки, футболки, тарелки, печенье с использованием бренда "Ждун".

В связи с этим владелец прав на товарный знак "Ждун" обратился с иском в суд, который 16 июля 2019 года взыскал с компании "Фортес" 5 миллионов рублей компенсации. Ответчик не погасил в установленный законодательством срок задолженность, что послужило причиной обращения с заявлением о банкротстве.

Арбитражный суд Орловской области в составе судьи Подриги Н.В. при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Коротковой Т.И., рассмотрев в открытом судебном заседании исковое заявление общества с ограниченной ответственностью «Си Ди Лэнд Контакт» (115035, город Москва, улица Садовническая, дом 76/71, строение 4, ОГРН 1107746953313, ИНН 7709865857) к индивидуальному предпринимателю Ласько Владимиру Владимировичу (Орловская обл., г. Ливны, ОГРНИП 315574900002050) о взыскании компенсации за нарушение исключительных прав в сумме 50 000 руб., судебных издержек в размере 200 руб.,

Общество с ограниченной ответственностью «Си Ди Лэнд Контакт» (истец, ООО «Си Ди Лэнд Контакт») обратилось в суд с иском к индивидуальному предпринимателю Ласько Владимиру Владимировичу (ответчик, Ласько В.В.) о взыскании компенсации за нарушение исключительных прав в сумме 50 000 руб. и судебных издержек в размере 200 руб.

Между Маргрет А. ван Бревурт (лицензиар) и ООО «Си Ди Лэнд Контакт» (лицензиат) заключен договор от 25.04.2017 (л.д. 9-21) на право использования оригинального произведения изобразительного искусства с условным наименованием «Ждун» (примечание переводчика: Ждун - наименование произведения, которое пользуется исключительно в Рунете, настоящее название скульптуры - Гомункулус Локсодонтус (Homunkulus Loxodontus)) на условиях исключительной лицензии на Лицензионной территории в течение Лицензионного срока любым способом и в любой форме, включая перечисленные в статьях 1229 и 1270 Гражданского кодекса Российской Федерации, в том числе, помимо прочего.

22.02.2019 года в торговом помещении по адресу: Орловская обл., г. Ливны, ул. Дружбы народов, торговые ряды, магазин «Маленькая страна», был установлен, включая видеофиксацию, факт продажи от имени ИП Ласько В.В. товара, обладающего техническими признаками контрафактного: мягкая игрушка - брелок «Ждун».

Факт реализации указанного товара подтверждается видеосъемкой, совершённой в целях и на основании самозащиты гражданских прав в соответствии со ст. 12-14 ГК РФ, спорным товаром, фото товара.

Приобретенный товар представляет собой мягкую игрушку-брелок серого цвета с вышитой надписью «Ждун» на нижней части, обладающий визуальным сходством с произведением изобразительного искусства, право на использование которого принадлежит истцу.

В 2019 г. Компания «Си Ди Лэнд Контакт», владеющая правами на товарный знак «Ждун», обратилась в Санкт-Петербургский Арбитражный суд с иском к крупной соцсети «Вконтакте». Истец намерен получить с ответчика 5 миллионов рублей за использование образа Ждуна. В настоящий момент нет информации о дате предварительных слушаний по иску.

«Си Ди Лэнд контакт» также требовала взыскать 50 тыс. руб. с «Почты России» за использование образа Ждуна. Причиной стало то, что в феврале 2017 года человек в

костюме Ждуна участвовал в презентации программы «Почта без очередей». В начале января 2019 года суд постановил выплатить 25 тыс. руб. компенсации.

Охарактеризуйте деятельность компании «Си Ди Лэнд Контакт».

Мини кейс 5. Компания Sony была основана в 1946 году двумя предпринимателями – Масару Ибука и Акио Морита. В конце 60-х Ибука и Морита начали разработку цветного телевизора. Вскоре им улыбнулась фортуна: на торговой выставке в Нью-Йорке они увидели телевизионный экран, который обеспечивал яркое и четкое изображение – лучшее, которое они когда-либо видели. Морита договорился с Paramount Pictures, владельцем прав на цветной кинескоп, который носил название «Хроматрон», о получении технической лицензии на изготовление цветного телевизора на его основе.

Два года Ибука потратил на создание торгового образца цветного телевизора. В сентябре 1964 г. его усилия увенчались успехом – команда инженеров получила нужный образец. Однако технологический процесс, который был бы коммерчески выгодным при массовом производстве телевизора, не был разработан. Реакция людей, которые видели в демонстрационном зале Sony образец цветного телевизора, была вдохновляющей. Ибука был воодушевлен, оптимистичен и более чем уверен, что это блестящий проект. Он провозгласил его приоритетным направлением деятельности компании и убедил компаньона выделить под него колоссальные ресурсы. Телевизор запустили в массовое производство, однако процесс производства никак не получалось отладить: из тысячи кинескопов только два – три были пригодны для использования. Розничная цена за телевизор составляла \$550 и она не могла покрыть издержек компании, которые превышали цену более, чем в два раза. Морита видел убыточность проекта и настаивал на его немедленном завершении. Однако Ибука и слышать ничего не хотел – он верил, что у него скоро все получится. Тем более, на проект ушло столько времени, сил и денег, что было глупо бросать его на полдороги. Sony продолжала производить и продавать цветные телевизоры на базе кинескопа Хроматрон себе в убыток. Пока наконец в ноябре 1966 г. финансовый директор не объявил, что компания стоит на пороге разорения. Только тогда Ибука согласился остановить производство и закрыть проект.

Мини кейс 6. 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 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.

Мини кейс 7. 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.

Мини кейс 8. 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 партнёру, 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?

Тематические тесты

Тест по теме «Маркетинг и оценка рынка»

Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

- а) макрофакторы;
- б) микрофакторы;
- в) мезофакторы;
- г) мегафакторы.

Что такое B2C-рынок?

- а) Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства;
- б) Рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления;
- в) Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя;
- г) Рынок «покупатель — покупателю».

Исследование заключалось в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это было:

- а) глубинное интервью;
- б) анализ протокола;
- в) холл-тест;
- г) фокус-группа..

Какой из этих показателей больше РАМ?

- а) ТАМ;
- б) САМ;
- в) СОМ;
- г) Никакой.

Что такое маркетинг-микс?

- а) Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга;
- б) Набор факторов, влияющих на маркетинг;
- в) Комплекс стратегических партнеров;
- г) Секретная формула продукта.

Что не входит в маркетинг-микс?

- а) Продуктовая политика;
- б) Ценовая политика;
- в) Политика поведения на переговорах;
- г) Сбытовая политика.

Что такое time to market?

- а) Время, необходимое для вывода продукта на рынок;
- б) Время на развитие рынка;
- в) Время на поиск сегмента;
- г) Время для проезда до рынка.

Тест по теме «Привлечение финансирования для стартапов»

Венчурное финансирование относится к:

- а) собственным финансовым средствам;

- б) заемным финансовым средствам;
- в) привлеченным финансовым средствам;
- г) внутренним финансовым средствам.

Что из перечисленного не является особенностью бизнес-ангельского финансирования инновационной деятельности?

- а) Требование доли в собственности компании;
- б) Вера в команду и идею;
- в) Использование собственных средств инвестора;
- г) Предоставление денежных средств на безвозмездной основе.

Что из перечисленного не является особенностью краудфандинга как источника финансирования?

- а) Отсутствие географических ограничений;
- б) Контрольный пакет всегда остается за предпринимателем;
- в) Эффективность на ранних стадиях развития проекта.

Среди общих характеристик бизнес-ангелов и венчурных фондов как источников финансирования инновационной деятельности можно выделить следующий признак:

- а) Финансируют только компании на стадии start-up;
- б) Являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании;
- в) Денежные средства предоставляются на безвозмездной основе.

Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:

- а) Фондовые рынки;
- б) Личные сбережения;
- в) Венчурные фонды.

Расставьте основные источники финансирования инновационной деятельности в порядке убывания доступности привлечения необходимого объема финансирования: 1. Венчурные фонды. 2. Ресурсы бизнес-инкубаторов. 3. Фондовые рынки. 4. Личные сбережения.

- а) 1,2,3,4;
- б) 2,1,3,4;
- в) 4,2,1,3;
- г) 4,1,2,3.

Тест по финансовым метрикам проекта

Более высокую цену можно установить, если спрос ...

- а) единичной эластичности;
- б) неэластичный;
- в) сезонный;
- г) эластичный.

В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- а) цена всегда выше стоимости;
- б) цена всегда равна стоимости;
- в) цена может быть выше или ниже стоимости;
- г) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях.

Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...

- а) всех фактических затрат на производство и сбыт товаров;
- б) зависит от спроса населения на товар;
- в) постоянных затрат на производство товара;
- г) прямых затрат на производство товара.

Недостатки методов затратного ценообразования:

- а) игнорирование информации о поведении конкурентов;
- б) игнорирование информации о поведении покупателей;
- в) недостоверность исходных данных;

г) сложность сбора информации.

Разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами - это:

- а) валовая прибыль;
- б) маржинальная прибыль;
- в) чистая прибыль;
- г) чистый доход.

Переменные затраты на единицу продукции ...

- а) зависят от постоянных затрат;
- б) остаются неизменными;
- в) снижаются в зависимости от объёма производства;
- г) увеличиваются, если объём производства растёт.

Нерентабельный продукт нужно снимать с производства в том случае, если:

- а) в текущем периоде на него упал спрос;
- б) уровень его рентабельности ниже 5%;
- в) удельный маржинальный доход от него отрицателен;
- г) прибыль от него не покрывает затрат на производство.

Показатель рентабельности продаж продукта прямо пропорционален ...

- а) величине косвенных налогов;
- б) прибыли от реализации товара;
- в) себестоимости товара;
- г) ценовым надбавкам.

Стратегия средних цен может быть представлена стратегией ...

- а) «снятия сливок»;
- б) дифференцированных цен;
- в) проникновения на рынок;
- г) следования за лидером.

Внутренний фактор, влияющий на ценообразование:

- а) Качество конкурирующей продукции;
- б) Текущие цены на конкурирующую продукцию;
- в) Трудоёмкость производства;
- г) Использование ограниченных ресурсов.

Дискуссионные задания

Задание по инновационной деятельности

- Приведите примеры новых или усовершенствованных технологических процессов, о которых вам известно.

- Приведите примеры внедренных, по вашему мнению инновационных продуктов.

- Приведите примеры компаний, которые специализируются на предложении потребителям инновационных продуктов.

- Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»)?

- Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «давления рыночного спроса»?

- Охарактеризуйте инновации, приведенные ниже, в зависимости от глубины вносимых изменений. 1. Новая операционная система Windows 10. 2. Выпуск компанией Danon Group новой разновидности продукта детского питания «Растишка» — «Растишка полосатый», представляющую собой два разных вида фруктового творожка в одной упаковке. 3. Открытие в Сан-Франциско первой в мире роботизированной кофейни CafeX. Робот способен приготовить от 100 до 200 стаканчиков кофе в час. 4. Создание криптовалют.

Задание по элементам бизнес-модели

Компания X-rank (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.

Сформулируйте основные 4 базовых элемента бизнес-модели в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

Элемент бизнес-модели	Описание элемента
Ценностное предложение	
Формула прибыли	
Ключевые ресурсы	
Ключевые процессы	

Методические материалы для оценки текущего контроля успеваемости по дисциплине.

Текущий контроль осуществляется в процессе участия студентов в различных формах работы. Комплекс заданий ориентирован на последовательное формирование у студентов заявленных компетенций и проверку их сформированности. Выполнение всех предложенных к выполнению заданий, кейсов, тестов дает основание на выставления контрольной точки по курсу. Тесты, кейсы и задания не оцениваются, а подлежат последующему разбору с комментированием.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация проходит в форме питч-сессии (защиты проекта) с участием внешних экспертов.

Критерии оценки проектов	
Критерии	Max балл
Продукт: в чем уникальность идеи, определение проблемы потребителя, почему востребован продукт, соотношение "проблема-решение"	5
Рынок: целевой сегмент рынка (портрет потребителя), преимущества и отличия от конкурентов, маркетинговые мероприятия	5
Рыночная модель: обоснование выбора модели монетизации, варианты выхода на рынок, стратегии роста, способ защиты интеллектуальной собственности (если предполагается)	5
AMVP (абстрактный минимальный жизнеспособный продукт): релевантность представления продукта	5
Финансовые расчеты: наличие и обоснованность определения емкости рынка, доходов и CAPEX проекта, его рентабельности и инвестиционной привлекательности	5

Качество презентации: наглядность, полнота, убедительность.	5
Команда проекта: командный стиль работы, наличие взаимодополняющих ролей и компетенций	5
Полнота и емкость ответов на вопросы экспертов	5
ИТОГО	40

Защита признается состоявшейся и выставляется оценка «зачтено», если команда набирает не менее 20 среднеарифметических баллов.

Методические материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

В процессе реализации курса студентам предлагается самоорганизоваться в рабочие группы (команды) по разработке бизнес-идеи и созданию проекта. В течение семестра команды самостоятельно формулируют бизнес-идею и системно разрабатывают предпринимательский проект. Результаты этапной разработки представляются и обсуждаются на Board meetings с трекинговой поддержкой преподавателя (наставника). Промежуточная аттестация проходит в виде командной защиты (питч-сессии) разработанного предпринимательского проекта с участием внешних экспертов и сотрудников Центра предпринимательства ТГУ.

Обязательным условием успешного прохождения промежуточной аттестации является:

1. Прохождение диагностики предпринимательских компетенций студентов, проводимой партнерами НИ ТГУ на электронной платформе с обратной связью от партнеров;
2. Участие каждого члена команды в итоговой питч-сессии (защите предпринимательского проекта) и набор командой среднеарифметического экспертного балла не ниже 20.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Список вопросов для оценки остаточных знаний

1. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы?
2. Что такое B2C-рынок?
3. Что такое маркетинг-микс?
4. Что не входит в маркетинг-микс?
5. Что такое time to market?

Информация о разработчиках

Куклина Татьяна Валерьевна, к.э.н., каф. финансов и учёта, доцент