

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт прикладной математики и компьютерных наук

УТВЕРЖДАЮ

Директор института прикладной
математики и компьютерных наук


А.В. Замятин

2022 г.

Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине
(Оценочные средства по дисциплине)

Предпринимательство

по направлению подготовки

09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) подготовки :

Разработка программного обеспечения в цифровой экономике

ОС составил:

канд. экон. наук,
доцент кафедры финансов и учета

В. В. Копилевич

Рецензент:

канд. физ.-мат. наук, доцент
доцент кафедры системного анализа и
математического моделирования

Ж.Н. Зенкова

Оценочные средства одобрены на заседании учебно-методической комиссии
института прикладной математики и компьютерных наук (УМК ИПМКН).

Протокол от 12.05. 2022г. № 4

Председатель УМК ИПМКН,
д-р техн. наук, профессор

С.П. Сущенко

Оценочные средства (ОС) являются элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе их формирования.

ОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины.

1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
			Зачтено	Не зачтено
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.	ИУК-2.1. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение.	ОР-2.1.1. Различает стадии разработки предпринимательской идеи и спектр задач каждой стадии.	Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень освоения компетенции в области различия стадии разработки предпринимательской идеи и спектра задач каждой стадии	Не формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение Демонстрирует отсутствие освоения компетенции в области различия стадии разработки предпринимательской идеи и спектра задач каждой стадии
	ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	ОР-2.2.1. Принимает участие в формулировании предпринимательской идеи	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений Принимает участие в формулировании предпринимательской идеи	Не проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений Не принимает участие в формулировании предпринимательской идеи

		ОР-2.2.2. Осуществляет выбор шаблона формализации бизнес-идеи и реализует его заполнение	Обладает компетенциями выбора шаблона формализации бизнес-идеи и реализует его заполнение	Не обладает компетенциями выбора шаблона формализации бизнес-идеи и реализует его заполнение
		ОР-2.2.3 Осуществляет формулирование и проверку проектных гипотез в соответствии с принятой на себя командной ролью	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень умения формулировать и проверять проектную гипотезу в соответствии с принятой на себя командной ролью	Демонстрирует отсутствие умения формулировать и проверять проектную гипотезу в соответствии с принятой на себя командной ролью
	ИУК-2.3. Решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время.	ОР-2.3.1 Осуществляет прохождение тестирования предпринимательских компетенций в заданный период времени	Решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время Проходит тестирование предпринимательских компетенций в заданный период времени на высокую оценку	Не решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время Не проходит тестирование предпринимательских компетенций в заданный период времени
		ОР-2.3.2. Представляет промежуточные и итоговые результаты проектной деятельности в установленные сроки	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень умения представлять промежуточные и итоговые результаты проектной деятельности в установленные сроки	Демонстрирует отсутствие умения представлять промежуточные и итоговые результаты проектной деятельности в установленные сроки
	УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде и действует в соответствии с ней для достижения целей работы.	ОР-3.1.1. Участвует в создании команды проекта	Определяет свою роль в команде и действует в соответствии с ней для достижения целей работы Постоянно участвует в создании команды проекта
ОР-3.1.2. Согласованно выбирает свою роль в команде			Демонстрирует компетенции выбора своей роли в команде	Не демонстрирует компетенции выбора своей роли в команде

		ОР-3.1.3. Осуществляет защиту части проекта в соответствии с ролью на итоговой питч-сессии	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень защиты части проекта в соответствии с ролью на итоговой питч-сессии	Демонстрирует отсутствие умения защиты части проекта в соответствии с ролью на итоговой питч-сессии
	ИУК-3.2. Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе.	ОР-3.2.1. Способен вырабатывать согласованную с другими участниками команды позицию в процессе разработки проекта	Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе Демонстрирует способность вырабатывать согласованную с другими участниками команды позицию в процессе разработки проекта	Не учитывает ролевые позиции других участников в командной работе Не демонстрирует способность вырабатывать согласованную с другими участниками команды позицию в процессе разработки проекта
		ОР-3.2.3. Учитывает мнение наставника (трекера) проекта при проверке гипотез	Демонстрирует умение учитывать мнение наставника (трекера) проекта при проверке гипотез	Не демонстрирует умение учитывать мнение наставника (трекера) проекта при проверке гипотез
	ИУК-3.3. Понимает принципы групповой динамики и действует в соответствии с ними.	ОР-3.3.1. Участвует в каждой презентации результатов спринта во всех Board meetings	Понимает принципы групповой динамики и действует в соответствии с ними Демонстрирует умение продемонстрировать результаты спринта во всех Board meetings	Не понимает принципы групповой динамики и действует в соответствии с ними Не демонстрирует умение продемонстрировать результаты спринта во всех Board meetings
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Распределяет время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач.	ОР-6.1.1. Умеет распределять время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач	Распределяет время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень умения распределять время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач	Не распределяет время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач Не демонстрирует умения распределять 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.	ОР-6.2.1. Умеет планировать перспективные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений на основе принципов образования в течение всей жизни	Планирует перспективные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений на основе принципов образования в течение всей жизни Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень умения планировать перспективные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений на основе принципов образования в течение всей жизни	Не планирует перспективные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений на основе принципов образования в течение всей жизни Демонстрирует отсутствие умения планировать 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.	ОР-6.3.1. Владеет навыками реализации траектории своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений	Реализует траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень владения навыками реализации траектории своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений	Не реализует траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений Демонстрирует отсутствие навыков владения реализацией траектории своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений
УК-10 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	ОР-10.1.1. Понимает роль и место предпринимательства в инновационном развитии государства	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень знания в области понимания роли и места предпринимательства в инновационном развитии государства	Не понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Демонстрирует отсутствие знаний в области понимания роли и места предпринимательства в инновационном развитии государства
		ОР-10.1.2. Знает способы государственной поддержки предпринимательства в России	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень знаний в области способов государственной поддержки предпринимательства в России	Демонстрирует отсутствие знаний в области знаний в области способов государственной поддержки предпринимательства в России

		ОР-10.1.3. Способен использовать базовые понятия рыночной экономики в разработке предпринимательского проекта	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень умения использовать базовые понятия рыночной экономики в разработке предпринимательского проекта	Демонстрирует отсутствие умения использовать базовые понятия рыночной экономики в разработке предпринимательского проекта
	ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.	ОР-10.2.1. Владеет методами расчета финансовых показателей в рамках разрабатываемого проекта	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень навыков владения методами расчета финансовых показателей в рамках разрабатываемого проекта	Не применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей Демонстрирует отсутствие навыков владения методами расчета финансовых показателей в рамках разрабатываемого проекта
		ОР-10.2.2. Способен оценить экономическую перспективность и финансовую эффективность разрабатываемого предпринимательского проекта	Демонстрирует высокий, средний и пороговый уровень навыков умения оценить экономическую перспективность и финансовую эффективность разрабатываемого предпринимательского проекта	Демонстрирует отсутствие навыков умения оценить экономическую перспективность и финансовую эффективность разрабатываемого предпринимательского проекта

2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Формирование представлений о предпринимательской деятельности, предпринимательском способе мышления, этапах разработки предпринимательского проекта, выдвижение и проверка гипотез в процессе проектной деятельности	ОР-2.1.1. ОР-2.2.1. ОР-2.2.2. ОР-2.2.3. ОР-2.3.1. ОР-2.3.2. ОР-3.2.3. ОР-3.3.1. ОР-6.1.1. ОР-6.2.1. ОР-6.3.1. ОР-10.1.1. ОР-10.1.2. ОР-10.1.3. ОР-10.2.1.	Выполнение миникейсов и тестовых заданий, участие в Board meetings и итоговой защите проекта
2	Определение возможной траектории будущего профессионального развития	ОР-2.1.1. ОР-2.2.1. ОР-2.3.1. ОР-3.1.2. ОР-10.1.1.	Участие в Board meetings и итоговой защите проекта
3	Включение в командную работу, осуществление социального взаимодействия, поиск и обмен информацией, управление временем	ОР-2.2.3. ОР-2.3.2. ОР-3.1.1. ОР-3.1.2. ОР-3.1.3. ОР-3.2.1. ОР-3.2.3. ОР-3.3.1. . ОР-6.1.1. ОР-6.2.1. ОР-6.3.1.	Участие в Board meetings и итоговой защите проекта
4	Использование знаний в сфере экономического планирования	ОР-10.1.1. ОР-10.1.3. ОР-10.2.1. ОР-10.2.2.	Участие в Board meetings и итоговой защите проекта
5	Формирование навыков публичных выступлений, презентаций, защит	ОР-2.3.2. ОР-3.3.1. ОР-3.3.1.	Участие в Board meetings и итоговой защите проекта
6	Подготовка к промежуточной аттестации и защита проекта	ОР-2.1.1. ОР-2.2.1. ОР-2.2.2. ОР-2.2.3. ОР-2.3.1. ОР-2.3.2. ОР-3.1.1. ОР-3.1.2. ОР-3.1.3. ОР-3.2.1. ОР-3.2.3. ОР-3.3.1. ОР-10.1.1. ОР-10.1.2. ОР-10.1.3. ОР-10.2.1. ОР-10.2.2.	Участие в Board meetings и итоговой защите проекта

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки образовательных результатов обучения

3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

3.1.1 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 юридических лиц и крупных компаний 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 Бреворт, 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, печенья 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».

Миникейс 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.

Миникейс 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.

Миникейс 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.

Миникейс 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?

3.1.2 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) TAM;
- б) SAM;
- в) SOM;
- 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.

3.1.3 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-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.

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	

3.2. 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	Мак 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.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов обучения

4.1. 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.

4.2. 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.