


ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № МУМ.03-560/07
«05» 10 2022г.

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «12» 09 2022г. № 2
Заведующий управления и отраслевой
экономики



(подпись) **Е.В. Рудой**

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ДВ.02.02 Управление инновационной деятельностью
Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент
Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг
Направленность (профиль)

Новосибирск 2022

9140

Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части) / Индикатор компетенции	Наименование оценочного средства
1. Теоретические основы инновационного менеджмента			
1.1	Основы теории инноватики	ПК-4	Доклад, вопросы для собеседования.
1.2	Нововведения (инновации) как объект инновационного менеджмента.		Доклад, вопросы для собеседования.
1.3	Инновационная деятельность: сущность, цели, задачи.		Доклад, вопросы для собеседования.
1.4	Методы поиска идеи инновации		Доклад, вопросы для собеседования.
1.5	Факторы развития инновационной деятельности.		Доклад, вопросы для собеседования.
2. Организация и управление инновационной деятельностью			
2.1	Инновационный процесс	ПК-4	Доклад, вопросы для собеседования.
2.2	Приемы инновационного менеджмента и их сущность		Доклад, вопросы для собеседования.
2.3	Организационные формы инновационной деятельности		Доклад, вопросы для собеседования. Защита контрольной работы.
2.4	Финансирование инновационной деятельности.		Доклад, вопросы для собеседования. Защита контрольной работы.
2.5	Планирование инновационной деятельности.		Доклад, вопросы для собеседования. Кейс-задания.
2.6	Управление инновационными проектами		Доклад, вопросы для собеседования. Кейс-задания.
2.7	Инновационный менеджмент и стратегическое управление		Доклад, вопросы для собеседования. Творческое задание.
3. Оценка эффективности и стимулирование инновационной деятельности			
3.1	Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.	ПК-4	Доклад, вопросы для собеседования. Деловая игра. Тестирование.
3.2	Экспертиза инновационных проектов		Доклад, вопросы для собеседования. Тестирование.
	Контрольная работа, зачет	ПК-4	Темы контрольной работы, вопросы к зачету

**МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
Оценка по пятибалльной системе	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
Оценка по системе «зачет – незачет»	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

**Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений,
навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования
компетенций**

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПНД 08-01-2022, введено приказом от 28.09.2011 №371-О (<http://nsau.edu.ru/file/403>; режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПНД 77-01-2022, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>; режим доступа свободный).

ВВЕДЕНИЕ

Разработанный фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Управление инновационной деятельностью» представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (КИМ), предназначенных для измерения уровня достижения студентом необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Цифровой маркетинг.

В ФОС входят оценочные средства текущего контроля успеваемости и оценочные средства промежуточной аттестации студентов, соответствующие требованиям рабочей программы реализуемой учебной дисциплины на каждом этапе обучения.

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Тема с 1.1 по 3.2 по дисциплине «Управление инновационной деятельностью»

Темы докладов к семинару:

1. Технологические этапы развития цивилизации.
2. Технологии будущего: точка отсчета и перспективы 2040-х годов.
3. Технологические уклады и циклы Кондратьева: теоретические параллели.
4. I-IV технологические уклады – преемственность технологий.
5. VI технологический уклад: взгляд в будущее.
6. Нанотехнологии: сущность и примеры научных результатов.
7. Инфотехнологии: сущность и примеры научных результатов.
8. Биотехнологии: сущность и примеры научных результатов.
9. Когнитивные технологии: сущность и примеры научных результатов.
10. Конвергенция – новый принцип поиска инновационных идей.
11. Бионанотехнологии - реальные изобретения и инновационные перспективы.
12. Дифференциация и нововведения: связь конкурентной стратегии и инновационной активности.
13. Матрица AT Kearney как инструмент прогнозирования смены технологических платформ.
14. Открытия, изменившие мир.
15. Инновации в сельском хозяйстве.
16. Синергия знания – путь к конвергенции.
17. Технологическая позиция России в перспективе глобального научно-технического развития.
18. Фантастическая баллетристика как форма научно-технического прогнозирования.

19. Технологический форсайт – современный подход.
20. Мода и инновации: циклы потребления.
21. Продакт плейсмент – современные возможности.
22. Национальная инновационная политика России.
23. Государственные программы инновационного развития региона (на примере Новосибирской области).
24. Цифровые инновации в маркетинге.
25. Поддержка цифровизации на государственном уровне.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он при подготовке доклада использовал монографическую и специальную литературу, продемонстрировал творческий подход к написанию и выступлению, уверенно отвечает на вопросы аудитории;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он при подготовке доклада использовал монографическую и специальную литературу, продемонстрировал творческий подход к написанию и выступлению, но затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Вопросы для собеседования

Тема 1.1 Основы теории инноватики

1. Практическая значимость знаний основ инноватики.
2. Чем обусловлено появление теории инноватики.
3. Большие циклы конъюнктуры Н.Д. Кондратьева.
4. Волновая теория развития Н. Д. Кондратьева.
5. Теория мультицикличности Шумпетера.
6. Жизненный цикл технологического уклада в современной концепции.
7. Основные черты технологических укладов.
8. Объект исследования теория инновации.

Тема 1.2 Нововведения (инновации) как объект инновационного менеджмента.

1. Понятие инновационный менеджмент.
2. Сущность инновационного менеджмента.
3. Цели инновационного менеджмента.
4. Объектом инновационного менеджмента.
5. Предмет инновационного менеджмента.
6. Инновационная восприимчивость.
7. Инновационный менеджмент как аппарат управления инновациями.
8. Понятие «нововведение».
9. Отличия понятий «открытие», «изобретение», и «нововведение» (инновация).

10. Классификационные признаки нововведений.

Тема 1.3 Инновационная деятельность: сущность, цели, задачи.

1. Гипотезы объясняющие возникновение инновационной деятельности.
2. Гипотеза технологического толчка.
3. Понятие инновационной деятельности.
4. Разновидностями основных видов инновационной деятельности.
5. Объекты инновационной деятельности.
6. Субъекты инновационной деятельности.
7. Цель инновационной деятельности.

Тема 1.4 Методы поиска идей инноваций.

1. Причины появления инновационной идеи.
2. Анализ и синтез явлений, научная абстракция, построение гипотез, прогнозирование технических и экономических показателей и явлений.
3. Метод проб и ошибок.
4. Метод контрольных вопросов.
5. Метод игр.
6. Метод написания сценариев инновации.
7. Метод мозгового штурма.

Тема 1.5 Факторы развития инновационной деятельности.

1. Объективные факторы, факторы внешней среды.
2. Субъективные факторы.
3. Факторы инновационной активности.

Тема 2.1 Инновационный процесс.

1. Понятие и сущность инновационного процесса.
2. Факторы, влияющие на развитие инновационных процессов.
3. Жизненный цикл новшества.
4. Теоретические и поисковые фундаментальные исследования.
5. Структура инновационного процесса.
6. Виды инновационного процесса.

Тема 2.2 Приемы инновационного менеджмента и их сущность.

1. Прием инновационного менеджмента – это.
2. Маркетинговый прием управления.
3. Бенчмаркинг.
4. Инжиниринг инноваций.
5. Реинжиниринг.
6. Брэнд-стратегия инновации.
7. Ценовой прием управления.
8. Фронтирование рынка.

Тема 2.3 Организационные формы инновационной деятельности.

1. Бизнес-инкубатор.

2. Профитцентр.
3. Технопарк.
4. Технополис.
5. Научоград.
6. Формы малого инновационного предпринимательства.

Тема 2.4 Финансирование инновационной деятельности.

1. Элементы системы финансирования инновационной деятельности.
2. Источники финансирования инновационных проектов.
3. Формы финансирования инновационной деятельности.
4. Государственное финансирование.
5. Акционерное финансирование.
6. Банковские кредиты.
7. Венчурное финансирование.

Тема 2.5 Планирование инновационной деятельности.

1. Прогнозирование инноваций и его роль в деятельности организации.
2. Формальное прогнозирование, предчувствие и предугадывание.
3. Гипотеза, план, прогноз.
4. Сущность планирования инноваций.
5. Система внутрифирменного планирования инноваций.

Тема 2.6 Управление инновационным проектом.

1. Понятие «инновационный проект».
2. Основные элементы инновационного проекта.
3. Признаки инновационного проекта.
4. Участники инновационного проекта.
5. Содержание и основные этапы разработки и реализации инновационного проекта.

Тема 2.7 Инновационный менеджмент и стратегическое управление.

1. Цели и задачи стратегического управления инновациями.
2. Виды стратегий.
3. Стратегическое управление инновациями включает в себя.
4. Содержание и формы стратегического управления инновациями.
5. Методы и средства стратегического управления инновациями.

Тема 3.1 Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.

1. Инновационный маркетинг.
2. Позиционирование.
3. Типовые группы потребителей по их восприятию новых товаров и услуг.
4. Инновации и жизненный цикл товаров.

Тема 3.2 Экспертиза инновационных проектов.

1. Основные аспекты реализации проекта.
2. Главная задача экспертизы.
3. Задачи: технического, коммерческого, экологического, организационного, социального, экономического и финансового анализа.
4. Процесс обработки и анализа инвестиционных предложений.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тема 2.5 Планирование инновационной деятельности

Тема 2.6 Управление инновационными проектами

Кейс-задания

Кейс-задание 1. В агропромышленном холдинге по инновационному проекту «Внедрение биореактора BioMash-20 по переработке биомассы» инвестиции имеют следующую структуру:

- нераспределенная прибыль прошлых лет – 10 млн руб.;
- эмиссия 100000 купонных облигаций номиналом 500 тыс. руб. со сроком обращения 3 года и купонным доходом 75 тыс. руб. в год;
- дополнительная эмиссия 125000 привилегированных акций номиналом 80 руб. с фиксированным дивидендом 10% годовых (стартовая цена размещения – по номиналу);
- средства амортизационного фонда в размере 30 млн руб.;
- перечисления в фонд развития производства от дочерних компаний в размере 10 млн руб.;
- коммерческий кредит на 5 млн руб., выданный на 2 года по сложному проценту под 15% годовых;
- бюджетные процентные ассигнования в размере 3 млн руб. на 3 года;
- дополнительная эмиссия 37500 обыкновенных акций номиналом 80 руб. (стартовая цена размещения - по номиналу);
- поставки оборудования на сумму 3 млн руб. по лизингу в течение 5 лет под 5% годовых.

Рассчитайте цену собственного и заемного капитала, а также цену капитала, направляемого на финансирование инновационного проекта. Ответ представьте в таблице.

**Структура источников финансирования проекта
сельскохозяйственного предприятия**

Источники финансирования проекта	Собственные средства		Заемный капитал	
	млн руб.	% годовых	млн руб.	% годовых
Нераспределенная прибыль прошлых лет				
Эмиссия 100000 купонных облигаций номиналом 500 тыс. руб. (50 млн руб.) и купонным доходом 75 тыс. руб. в год (15%)				
Дополнительная эмиссия 125000 привилегированных акций номиналом 80 руб. (10 млн руб.)				
Средства амортизационного фонда				
Перечисления в фонд развития производства от дочерних компаний				
Коммерческий кредит				
Бюджетные беспроцентные ассигнования				
Дополнительная эмиссия 375000 обыкновенных акций номиналом 80 руб.				
Поставки оборудования по лизингу				
ИТОГО				

Сделайте вывод.

Кейс-задание 2. По проекту реконструкции агропромышленного холдинга предусматривается строительство нового доильного цеха. Стоимость разработки проекта – 20 млн руб. Разработчики работают над проектом с 01.07.2021 в кредит под 25% годовых со сроком платежа и выплатой процентов (с их капитализацией) 01.01.2023. Строительно-монтажные работы финансируются в кредит поэтапно (с выделением средств в начале этапа).

Сроки и стоимость строительно-монтажных работ

Этап	Содержание работ	Сроки выполнения	Стоимость, млн руб.
I	Грунтовые работы и закладка фундамента	С 01.01.2021 по 30.06.2021	90
II	Возведение доильного цеха	С 01.07.2021 по 30.06.2022	140
III	Прокладка коммуникаций и благоустройство территории	С 01.01.2022 по 30.06.2022	60
IV	Отделочные и пусконаладочные работы	С 01.07.2022 по 31.12.2022	110

Плата за пользование кредитом составляет 28% годовых, выплачиваемых по окончании каждого полугодия. Срок погашения кредита – 01.07.2023. Основное технологическое оборудование приобретается на условиях лизинга. Стоимость оборудования – 350 млн руб., кредитная ставка – 15% годовых, платежи рассчитываются по методу аннуитета и проводятся каждые полгода в течение 5 лет. Срок действия лизингового договора определяется с момента поставки оборудования (по завершении третьего этапа работ). Инструмент и производственный инвентарь (стоимостью 70 млн руб.) приобретается за счет собственных средств предприятия после завершения отделочных работ. Представьте схему финансирования проекта: суммы платежей по срокам.

По условиям задания 1 рассчитайте амортизацию основных фондов за период с 01.07.2022 по 30.06.2023 с поквартальным начислением, если норма амортизации зданий и сооружений 4% в год, а оборудования – 12%.

Кейс-задание 3. Для реализации инновационного проекта озеленения офисных помещений ОАО «Пивоваренная компания Балтика» создает малое производство «Зеленый уголок». Бизнес-план проекта рассчитан на 5 лет, в течение которых будет развит бизнес по озеленению служебных помещений. Основные исходные данные представлены в таблице.

**Данные плана маркетинга и сбыта по проекту озеленения
офисных помещений**

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
Объем продаж, шт.	1000	5000	10000	20000	20000	56000
Цена, руб.	300	300	250	200	200	1250
Реклама и маркетинг, тыс. руб.	150	200	500	-	-	850

**Направления инвестиций в проект озеленения
офисных помещений, млн руб.**

Показатели	2021 г.	2022 г.	Итого
Реконструкция здания	0,5		0,5
Оборудование, инвентарь	0,1	0,3	0,4

**Сметная калькуляция продукции по проекту
озеленения офисных помещений, руб.**

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Посадочный материал	15	15	10	5	5
Тара и упаковка	3	3	3	3	3
Удобрения	4	4	3	5	5
Вода и энергия	5	5	5	5	5
Итого	27	27	21	18	18

**Накладные расходы по проекту озеленения
офисных помещений, тыс. руб.**

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Заработная плата с отчислениями	557	557	743	1161	1167
Накладные расходы	150	150	200	200	200

Арендная плата – 300 тыс. руб. в год. Амортизационные отчисления – 10% годовых. Инвестиции осуществляются за счет собственных средств создаваемого малого предприятия. Дисконт определен в размере 28%.

Рассчитайте показатели эффективности инновационного проекта (без учета налогов):

- чистый дисконтированный доход (чистую текущую стоимость проекта);
- срок окупаемости;
- индекс доходности и среднегодовую рентабельность инвестиций;
- внутреннюю норму доходности;
- точку безубыточности для последнего года реализации проекта.

Схему финансирования инновационного проекта представьте в таблице.

Схема финансирования инновационного проекта, млн руб.

Дата	Кредит разработчиков	Кредит на строительномонтажные работы	Лизинговые платежи	Собственные средства	ИТОГО
01.01.2021					
01.07. 2021					
01.01. 2022					
01.07. 2022					
01.01. 2023					
01.07. 2023					
01.01. 2024					
01.07. 2024					
01.01. 2025					
01.07. 2025					
01.01. 2026					
01.07. 2026					
01.01. 2027					
01.07. 2027					
01.01. 2028					
01.07. 2028					

Амортизационные отчисления начисляются с момента ввода в эксплуатацию основных производственных фондов независимо от условий и сроков их оплаты. Расчет суммы амортизационных отчислений представьте в таблице.

Расчет суммы амортизационных отчислений, тыс. руб.

Виды имущества	Норма амортизации, %	Период начисления амортизации							
		01.07.2022	01.10.2022	01.01.2023	01.04.2023	01.07.2023	01.10.2023	01.01.2024	01.04.2024
Первоначальная стоимость зданий и сооружений, млн руб.									
Амортизационные отчисления, тыс. руб.									
ИТОГО амортизационных отчислений, тыс. руб.									

Экономическое обоснование эффективности проекта представьте в таблице.

Основные экономические параметры инновационного проекта

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
1	2	3	4	5	6	7
Поступления, тыс. руб.						
Выручка						
Амортизация						
ИТОГО						
Единовременные затраты, тыс. руб.						
Реконструкция здания						
Оборудование, инвентарь						
Реклама и маркетинг						
ИТОГО						
Текущие издержки, руб.						
Переменные расходы (на 1 шт.)						
Посадочный материал						
Тара и упаковка						
Удобрения						
Вода и энергия						
Итого на 1 растение						
ИТОГО Переменные расходы на весь объем, тыс. руб.						

Условно-постоянные расходы, тыс. руб.						
Заработная плата						
Начисления (30%)						
Арендная плата						
Амортизация						
Накладные расходы						
Условно-постоянные расходы						
ИТОГО издержек						

Денежные потоки по инновационному проекту, тыс. руб.

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Приток					
Отток					
Сальдо					

Расчет чистого дисконтированного дохода и чистой текущей стоимости инновационного проекта

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
Коэффициент дисконтирования						
Дисконтированные капиталовложения, тыс. руб.						
Чистый доход, тыс. руб.						
Чистый доход с учетом дисконта, тыс. руб.						
Чистый дисконтированный доход (ЧДД), тыс. руб.						
Чистая текущая стоимость (ЧТС), тыс. руб.						

Если ЧТС > 0 – инновационный проект эффективен.

Если ЧТС = 0 – инновационный проект не эффективен.

Рассчитайте индекс доходности (ИД):

ИД = Чистый доход с учетом дисконта / Дисконтированные капиталовложения.

Если ИД > 1 – инновационный проект эффективен.

Если ИД < 1 – инновационный проект не эффективен.

Сделайте вывод.

Кейс-задание 4. Обоснуйте эффективность организационной инновации, связанной с созданием группы стратегического анализа в агропромышленном холдинге «Сибирская нива». Предполагается, что создание группы не менее

чем на 1% увеличит объемы реализации продукции при снижении ее затрат как минимум на 1%, при этом доходность финансовых операций увеличится более чем на 1%. Предложения по созданию нового подразделения в агрохолдинге представлены в таблице.

Исходные данные для обоснования экономической эффективности создания группы стратегического анализа в агрохолдинге

Показатели	Ед. изм.	Значение
1	2	3
Исходные данные		
1. ПЕРСОНАЛ		
- численность штатных сотрудников группы	чел.	5
- среднемесячная заработная плата в группе	тыс. руб.	20
- социальный пакет для сотрудников группы (из расчета на год)	тыс. руб.	60
- сокращение персонала в отделе маркетинга	чел.	2
- среднемесячная заработная плата сотрудников в отделе маркетинга (социальный пакет не предусмотрен)	тыс. руб.	15
- сокращение персонала в группе финансовых аналитиков	чел.	2
- среднемесячная заработная плата сотрудников в группе финансовых аналитиков	тыс. руб.	15
- социальный пакет для сотрудников группы финансовых аналитиков (из расчета на год)	тыс. руб.	30
- обучение топ-менеджеров на специализированных курсах по стратегическому управлению (на весь курс на всю группу)	тыс. долл.	20
2. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ		
- стоимость 1 рабочего места специалиста группы стратегического анализа	тыс. долл.	4,5
- ремонт офисного помещения	тыс. руб.	150
- прокладка и подключение коммуникаций	тыс. руб.	80
- уборка и обслуживание помещения и техники (включая расходы на канцтовары, бумагу, электроэнергию, отопление и воду) – в среднем за 1 месяц	тыс. руб.	18
3. ПРОГРАММНЫЙ И ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС		
- стоимость специализированного программного обеспечения (сетевая версия)	тыс. долл.	7,5
- стоимость инсталляции информационной базы	тыс. долл.	12
- ежемесячная абонентная плата за использование информационной базы	тыс. долл.	0,55
- ежемесячная абонентная плата за обновление информации в базе данных, от которой планируется отказаться	тыс. руб.	10
4. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ		
- расходы на оплату разовых услуг консультантов (в среднем за год)	тыс. руб.	50
Информация об агрохолдинге		
1. Объем реализованной продукции (в среднем за год)	млн руб.	450
2. Средняя рентабельность реализованной продукции	%	15
3. Объем финансовых операций за год	млн руб.	660
4. Средняя доходность финансовых операций	%	20
Справочно		
1. Начисления на ФОТ	%	30
2. Средняя норма амортизации	%	10
3. Цена собственного капитала	% годовых	15

4. Темпы инфляции	% годовых	12
5. Курс доллара	руб.	30

Определите:

1. Единовременные затраты (К).
2. Текущие (ежегодные) затраты (З).
3. Объем реализации за год по проекту (Р).
4. Себестоимость по проекту (С).
5. Дополнительную прибыль от производственной деятельности по проекту (ПП).
6. Дополнительную прибыль от финансовой деятельности (ПФ).
7. Коэффициент эффективности (Е).
8. Экономическую эффективность организационной инновации в агрохолдинге «Сибирская нива».

Кейс-задание 5. Агростанция НИИСХ вывела новый сорт моркови, динамика урожайности которого следующая: 2015 г. – 800, 2016 г. – 850, 2017 г. – 830, 2018 г. – 840 ц/га.

Каков риск сбора менее 1600 т на опытном участке размером 20 га? Точность расчетов – два десятичных знака.

Расчет параметров распределения урожайности представьте в таблице.

Параметры распределения урожайности моркови

Результаты испытаний (X_i)	Относительная частота результата (P_i)	Результат с учетом частоты ($X_i \cdot P_i$)	Линейное отклонение результата от математического ожидания ($X_i - M_0$)	Вспомогательный расчет среднеквадратического отклонения и дисперсии $((X_i - M_0)^2 \cdot P_i)$
Математическое ожидание: $M_0 = \sum_{i=1}^n (X_i \cdot P_i),$ где n – количество испытаний			Дисперсия: $\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - M_0)^2 \cdot P_i}$	

Сделайте вывод.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» ставится за работу, выполненную без ошибок и недочетов. Верное выполнение заданий и решение задач означает нахождение правильного смыслового или логического ответа в решении ситуации.

– оценка «хорошо» ставится за работу при наличии в ней некоторых недочетов, при которых смысловая нагрузка задачи не теряется.

- оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся допустил множество грубых ошибок и не до конца выполнил задания.
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не выполнил задания, не понял тему и не раскрыл суть вопросов.

Тема 2.7 Инновационный менеджмент и стратегическое управление

Творческое задание

Разработайте и презентуйте комплекс маркетинга продуктовых инноваций. Проведите обзор официальных веб-сайтов крупнейших мировых и/или российских предприятий отрасли АПК и сельского хозяйства. Выберите инновационный продукт, комплекс стратегий маркетинга данного продукта (товарная, ценовая, сбытовая, рекламная стратегия), оформите презентацию комплекса маркетинга инновационного продукта с помощью Microsoft Office Point (визуальное и звуковое сопровождение).

В презентации отразите товарную стратегию компании:

- характеристику продукта с позиции назначения, основных параметров, функций и свойств, определяющих инновационность товара;
- графическое изображение продукта;
- инновационную траекторию развития данного вида продукции (историю возникновения идеи, год выхода на рынок, основные характеристики инновационного вида продукции и его предшественников);
- целевые потребительские рынки (сегменты); перечень основных конкурентов; преимущества и недостатки по отношению к продукции конкурентов;
- формирование спроса на продукт.

В рамках ценовой стратегии компании отразите:

- цену продукта по сравнению с конкурентами;
- стратегию ценообразования компании на этапе внедрения инновации.

В рамках сбытовой стратегии опишите каналы распределения инновационной продукции, характеристики сбытовой сети компании.

В рамках рекламной стратегии покажите направления рекламной политики данного вида продукта и дайте прогноз жизненного цикла инновации.

Критерии оценки:

– «Отлично» выставляется студенту, если он полно, творчески выполнил задание, хорошо знает терминологию, демонстрирует отличное знание курса, легко отвечает на дополнительные вопросы;

– «Хорошо» – если студент творчески подошел к выполнению задания, хорошо знает основной материал, но отвечает сбивчиво, допускает неточности в экономической терминологии;

– «Удовлетворительно» – если студент не проявил творчество при выполнении задания, формально выполнил требования, затрудняется отвечать на дополнительные и уточняющие вопросы;

– «Неудовлетворительно» – если студент не справился с заданием, не владеет знаниями по дисциплине, не имеет навыков к творческой работе.

Тема 3.1 Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности

Тема 3.2 Экспертиза инновационных проектов

Тесты для контроля остаточных знаний

1. Инновация – это:

а) введение в употребление товара, являющегося новым или значительно улучшенным по части его свойств или способов использования.

б) секрет производства, сведение любого характера (изобретение, оригинальная технология, знание, умение и т. п.), которое охраняются режимом коммерческой тайны и может быть предметом купли-продажи.

в) введение в употребление какого либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест и т.д.

2. В изобретательской практике результат научно-исследовательских работ может быть представлен в виде:

а) макета.

б) модели.

в) экспериментального (опытного) образца.

3. Рекламное мероприятие, включающее в себя демонстрацию товара, сопровождаемое кино-, видеофильмами, слайдами, а также раздачей информационно-рекламных материалов – это:

а) выставка.

б) ярмарка.

в) презентация.

4. Технологический форсайт – это:

а) экспертный метод оценки долгосрочных перспектив развития технологий, выраженный в построении дорожной карты.

б) метод прогнозирования будущего, в том числе путем экстраполяции существующих технологических, экономических или социальных тенденций.

в) метод обнаружения перспектив научного поиска в точках междисциплинарных исследований, выраженный через карту научных знаний.

5. Назовите этапы развития технологической платформы:

а) Зарождение → Рост → Специализация → Равновесие.

б) Начало → Развитие → Специализация → Спад.

в) Начало → Рост → Специализация → Равновесие.

6. Внедрение нового организационного метода (процесса) в деловой практике предприятия, в организации рабочих мест или внешних связей – это:

а) процессная инновация.

б) организационная инновация.

в) маркетинговая инновация.

7. Инновационный менеджмент – это:

а) управление процессом превращения новых идей в коммерчески результативные продукты и процессы.

б) процесс последовательного превращения идеи в товар.

в) процесс контроля за инновационными разработками.

8. Производственный этап инновационного процесса – это:

а) процесс выработки новых решений в отношении существующих проблем или сложностей существования человека, социума или организации.

б) комплекс работ по исследованию и превращению идеи в изобретение, оформленное в конструкционных чертежах.

в) процесс освоения инвестиций, направленных на формирование основных производственных фондов реализации технологии или тиражирования продукции.

9. Какой потребительский сегмент составляет большую долю (с точки зрения предрасположенности к принятию инноваций) на рынке инноваций:

- а) Раннее большинство и Позднее большинство.
- б) Раннее большинство.
- в) Позднее большинство.

10. Организация, созданная инноватором для реализации единичного инновационного проекта с целью капитализации объектов интеллектуальной собственности – это:

- а) малое инновационное предприятие.
- б) единичное инновационное предприятие.
- в) научно-исследовательская организация.

11. Организация, деятельность которой направлена на поддержку малого инновационного предпринимательства за счет предоставления централизованного ресурса для реализации хозяйственной деятельности (аренда помещений, консультации в области инновационного предпринимательства, бухгалтерский учет и т.д.) – это:

- а) бизнес-инкубатор.
- б) технопарк.
- в) инновационный кластер.

12. Какова инновационная активность (доля организаций, осуществляющих инновации) национальной инновационной сферы в РФ?

- а) 10%.
- б) 90%.
- в) 100%.

13. Венчурные фонды – это:

- а) предприятия, деятельность которых направлена на создание и продвижение стартапов на рынок.
- б) портфельные инвесторы, размещающие средства в активах по формальным критериям финансовой эффективности (акционерный капитал, ценные бумаги и т.д.).
- в) организации, финансирующие инновационные, высокорисковые проекты, находящиеся на стадии генерации идеи или прикладных научно-исследовательских работ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если количество правильных 85-100%;
- оценка «хорошо» выставляется студенту если количество правильных ответов 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов менее 50%.

Тема 3.1 Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности

Деловая (ролевая) игра 1

«Оценка жизненного цикла инновационного продукта»

1. Тема (проблема): «Оценка жизненного цикла инновационного продукта».

2. Концепция игры: интеграция теоретических знаний, полученных студентами, в системные практические знания; вовлечение студентов в инновационную деятельность, обобщающую их представления о профессии и прививающую интерес к решению сложных задач коллективом единомышленников. В результате формируются навыки междисциплинарного подхода к управленческим задачам, создается мощный мотивационный и интеллектуальный импульс к ускоренному профессиональному становлению. Деловая игра является методом активного обучения и включает дискуссию, мозговой штурм, анализ конкретных ситуаций.

3. Задача: разработать, внедрить инновационный продукт (товар, услугу) в торговой организации и оценить эффективность инновационной идеи, дать оценку жизненного цикла инновационного продукта (товара, услуги).

4. Роли:

- коммерческий директор гипермаркета;
- покупатель в возрасте до 30 лет;
- покупатель в возрасте от 30 до 60 лет;
- покупатель в возрасте старше 60 лет;
- индивидуальный предприниматель – владелец магазина формата «магазин у дома».

5. Ожидаемый результат: формирование грамотного управленческого подхода к организации инновационного процесса в торговой организации, позволяющего повысить конкурентоспособность и эффективность предпринимательской деятельности.

Деловая игра 2 «В погоне за волшебством»

Описание проблемы: Молодая продюсерская группа из Санкт-Петербурга создает совершенно новый формат иллюзионного шоу, которое будет идти на одной из питерских концертных площадок с периодичностью один-два раза в неделю на протяжении шести-восьми месяцев в году. Открытие шоу в конце февраля 2012 года. Количество посадочных мест в зале – 500. Продолжительность шоу полтора часа. Стоимость билетов – 700-1500 руб. Целевая аудитория: мужчины и женщины 20-60 лет, любящие развлечения, интересующиеся магией и искусством иллюзиона, с доходом от 25 тыс. руб. в месяц.

Возможности:

- Повышающийся в последнее время интерес к фокусам, иллюзионному искусству. Особенно это заметно после выхода на телеэкраны первого и второго выпусков шоу «Удиви меня» на ТВ-3 (автор идеи – Дмитрий Александров, один из учредителей «Лаборатории магии»). Еще одно подтверждение тому – информация об увеличении продаж от владельцев «магазинов фокусов» в Москве и Питере.

- Отсутствие в Санкт-Петербурге постоянного «большого» иллюзионного шоу. Сейчас этот жанр представлен индивидуальными выступлениями местных фокусников большей частью в формате корпоратива.

- Знание командой «Лаборатории магии» иллюзионной «темы», знакомство с людьми из этой сферы.

- Большой рынок потребителей развлечений: более чем пятимиллионное население Санкт-Петербурга, не считая почти такого же количества российских и иностранных туристов, посещающих город.

Сложности:

- ограниченный бюджет (бизнес развивается на собственные средства),
- ограниченное время на промоушн нового шоу: 2,5 – 3 месяца (в классическом варианте требуется не менее пяти-шести месяцев),
- сложности в размещении наружной рекламы в самых популярных местах (отсутствие свободных рекламных носителей либо очень высокая цена),
- высокая конкуренция в индустрии развлечений города.

Задачи:

1. Создать повышенный интерес к шоу за 2,5 – 3 месяца до его открытия;
2. Обеспечить продажу не менее 80 % билетов на протяжении пяти-семи месяцев после открытия;
3. За пять-семь месяцев подготовить устойчивые предпосылки для успешного развития других форматов шоу под общим брендом.

Несомненно, в такой ситуации нужны какие-то нестандартные инновационные инструменты рекламы и продвижения из области «партизанского», «вирусного» маркетинга и цифровых технологий.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студентам, активно участвующим в деловой игре, выполнившим все поставленные задачи;
- оценка «хорошо» выставляется студентам при выполнении всех поставленных задач, но допустившим некоторые ошибки в знании теории дисциплины;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студентам не активно принимающим участие и допустившим грубые ошибки в ходе игры;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студентам, не принимавшим участие в игре, не выполнившим задание.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Вопросы к зачету

1. Сущность, понятие инновационной деятельности.
2. Развитие технологий в экономике.
3. Содержание технологических укладов, их характеристика.
4. Шестой технологический уклад. Господствующие технологии.
5. Технологическая платформа, ее жизненный цикл.
6. Инновационный менеджмент, его сущность и понятие.
7. Виды инноваций, их характеристика и примеры.
8. Инновационный процесс. Этапы инновационного процесса.

9. Инновационная воронка, ее особенности и принципы.
10. Причины несостоятельности инноваций.
11. Факторы, влияющие на формирование инновационной идеи.
12. Случайные изобретения. Примеры из практики.
13. Субъекты инновационного рынка.
14. Пять стадий этапа диффузии инноваций.
15. Классификация потребительских сегментов инновации по Э. Роджерсу.
16. Пять инструментов продвижения инноваций.
17. Критерии эффективной диффузии инновации.
18. Три организационные формы НИОКР.
19. Источники финансирования инновационного процесса.
20. Венчурное инвестирование.
21. Государственное регулирование инновационной деятельности.
22. Задачи государства в инновационной сфере.
23. Налоговые преференции для субъектов инновационной деятельности.
24. Технологический форсайт. Дорожные карты.
25. Правовая охрана изобретений.
26. Объекты интеллектуальной собственности. Патент и ноу-хау.
27. Инновационная инфраструктура, ее элементы.
28. Риски инновационной деятельности. Карты рисков.
29. Перспективы развития цифровых технологий.
30. Продвижение инновации с помощью цифровых инструментов.

Критерии оценки:

Отметка «зачтено» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопросы, выносимые на зачет, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтено» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

Перечень тем контрольных работ

1. Научно-техническая политика и инновационная деятельность, формы их реализации на федеральном и региональном уровнях.
2. Развитие инновационного менеджмента в России.
3. Совершенствование критериев отбора нововведений.
4. Формирование системы управления инновационным проектом.
5. Стратегия управления инновационным проектом.
6. Управление исследовательскими организациями и механизм его совершенствования.
7. Финансирование инновационной деятельности на федеральном и

региональном уровнях.

8. Совершенствование методов оценки эффективности инновационных проектов.

9. Инновационная инфраструктура в России.

10. Инновационная инфраструктура в странах Европы.

11. Инновационная инфраструктура в странах Азии.

12. Инновационная инфраструктура в США.

13. Особенности кадровой политики в инновационном менеджменте.

14. Развитие форм малого инновационного предпринимательства.

15. Государственная поддержка научно-инновационной деятельности в России.

16. Венчурный бизнес в России, оценка тенденций развития.

17. Тенденция волн Н.Д. Кондратьева, ее влияние на оценку тенденций инновационного развития.

18. Методологические подходы И. Шумпетера к формированию системы инновационной деятельности.

19. Методы прогнозирования инноваций.

20. Понятие и значение лизинга как способа финансирования инновационной деятельности предприятия.

21. Место и роль бизнес-инкубаторов в инновационной сфере.

22. Особенности организационных структур инновационных и исследовательских организаций.

23. Приемы инновационного менеджмента, бенчмаркинг.

24. Приемы инновационного менеджмента, инжиниринг и реинжиниринг инноваций.

25. Приемы инновационного менеджмента, бренд-стратегия инноваций.

26. Исторические предпосылки и основные этапы появления, становления и развития инновационного менеджмента.

27. Современные подходы к построению и использованию системы управления инновациями.

28. Сопоставление международных стандартов инновационного менеджмента с отечественными.

29. Законодательство с точки зрения интересов инновационного менеджмента.

30. Методы экономической оценки интеллектуальных ресурсов и их значение для инновационного менеджмента.

31. Перспективы развития рынка инноваций с учетом изменений в законодательстве, экономике и социальной сфере.

32. Примеры международного опыта инновационного менеджмента.

33. Информационное обеспечение инновационного менеджмента.

34. Инновационные проекты в российской экономике: современные тенденции.

35. Эколого-ориентированный инновационный менеджмент как объект управления

36. Формирование творческого подхода к решению задач инновационного менеджмента.

37. Цифровые инновации: состояние и перспективы развития.
38. Преимущества и недостатки цифровых технологий в бизнесе.
39. Продвижение товаров (услуг) в условиях инновационных и цифровых трансформаций.
40. Маркетинговые инновации в условиях цифровой экономики.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» ставится за работу, выполненную без ошибок и недочетов. Материал изложен логично, последовательно, приведены примеры отечественного и зарубежного опыта, тема раскрыта полностью.

– оценка «хорошо» ставится за работу, выполненную с допущением некоторых ошибок в тексте или оформлении, без приведения примеров из опыта отечественных и зарубежных компаний.

– оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся не раскрыл тему полностью, допустил ряд концептуальных ошибок при изложении материала.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Задания для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Организация, созданная инноватором для реализации единичного инновационного проекта с целью капитализации объектов интеллектуальной собственности – это:

- а) малое инновационное предприятие.
- б) единичное инновационное предприятие.
- в) научно-исследовательская организация.

Ответ: а

2. Инновационная деятельность – это:

- а) деятельность, направленная на реализацию новых товаров и услуг.
- б) экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг.
- в) операционная практика предприятия по ежедневному улучшению продуктов, процессов, введение новых маркетинговых приемов и оптимизация организационной структуры.

Ответ: в

3. Организация, деятельность которой направлена на поддержку малого инновационного предпринимательства за счет предоставления централизованного ресурса для реализации хозяйственной деятельности (аренда помещений, консультации в области инновационного предпринимательства, бухгалтерский учет и т.д.) – это:

- а) бизнес-инкубатор.
- б) технопарк.
- в) инновационный кластер.

Ответ: а

4. Продакт плейсмент – это:

- а) прием скрытой рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, музыкальных клипах, в журналах имеет реальный коммерческий аналог.
- б) процесс позиционирования продукта на рынке через торговые представительства, посредников, дилеров и т.д.
- в) публичное мероприятие по презентации инновационного продукта путем соревнования производителей и массового привлечения потребителей.

Ответ: а

5. Инноватор – это:

- а) менеджер, осуществляющий контроль за внедрением инновационных разработок в процесс производства.
- б) исследователь, областью интересов которого являются фундаментальные принципы науки и прикладные знания – изобретения и разработки, имеющие практическое применение.
- в) выгодополучатель от инновации, предприниматель, генерирующий новые идеи или реализующий в инновационном процессе чужие.

Ответ: в

6. Инновация – это:

- а) введение в употребление товара, являющегося новым или значительно улучшенным по части его свойств или способов использования.
- б) секрет производства, сведения любого характера (изобретение, оригинальная технология, знание, умение и т. п.), которое охраняются режимом коммерческой тайны и может быть предметом купли-продажи.

в) введение в употребление какого либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест и т.д.

Ответ: в

7. Диффузия инноваций – это:

а) процесс рациональной оценки полезности и потенциала потребления инновации в социальной и профессиональной жизни.

б) процесс проникновения новшества в среду потребителей.

в) процесс превращения новых идей в коммерчески результативные продукты и процессы.

Ответ: б

8. Введение в употребление товара или услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования – это:

а) процессная инновация.

б) продуктовая инновация.

в) организационная инновация.

Ответ: б

9. Классификация потребительских сегментов включает в себя следующие группы потребителей инноваций по Э. Роджерсу:

а) Инноваторы – Ранние апробаторы – Поздние апробаторы – Опоздавшие.

б) Новаторы – Ранние последователи – Раннее большинство – Позднее большинство – Опоздавшие.

в) Первые инноваторы – Раннее большинство – Позднее большинство – Опоздавшие.

Ответ: б

10. Технологический форсайт – это:

а) экспертный метод оценки долгосрочных перспектив развития технологий, выраженный в построении дорожной карты.

б) метод прогнозирования будущего, в том числе путем экстраполяции существующих технологических, экономических или социальных тенденций.

в) метод обнаружения перспектив научного поиска в точках междисциплинарных исследований, выраженный через карту научных знаний.

Ответ: а

11. Инновационный процесс разделяют на ... самостоятельных этапов:

а) 3.

б) 4.

в) 5.

Ответ: б

12. Какие задачи стоят перед государством в инновационной сфере:

а) формирование инновационной инфраструктуры, научно-техническое прогнозирование.

б) правовая охрана изобретений; финансирование инновационной деятельности.

в) все ответы верны.

Ответ: в

13. Инновационная деятельность – это ...

Ответ: ...

14. Технологический уклад – это ...

Ответ: ...

15. Технологическая платформа – это ...

Ответ: ...

16. Инновация – это ...

Ответ: ...

17. Инновационный менеджмент – это ...

Ответ: ...

18. Инновационная инфраструктура – это:

Ответ: ...

19. Патент – это ...

Ответ: ...

20. Дорожная карта форсайта – это ...

Ответ: ...

21. Стартап – это ...

Ответ: ...

22. Технопарки и бизнес-инкубаторы – это ...

Ответ: ...

23. Пять инструментов продвижения инноваций:

Ответ: ...

24. К какому виду инноваций можно отнести процесс продвижения продукции с помощью цифровых технологий?

Ответ:

Критерии оценки результатов:

– оценка «отлично», выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо», выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно», выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно», выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.