



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФФКиСМ
Р.А. Козлов

05.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Направление подготовки (специальность)
44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль/специализация) программы
Физкультурно-оздоровительные технологии

Уровень высшего образования - магистратура

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Факультет физической культуры и спортивного мастерства
Кафедра	Спортивного совершенствования
Курс	1

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 126)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Спортивного совершенствования

28.01.2025, протокол № 6

Зав. кафедрой

 В.В. Алонцев

Рабочая программа одобрена методической комиссией ФФКиСМ
05.02.2025 г. протокол № 4

Председатель

 Р.А. Козлов

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры СС, к.ист.н.

 О.А. Голубева

Рецензент:

директор НИЦ ФиМРДиВ, к.экон.н.

 А.В. Дерябин

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Спортивного совершенствования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.В. Алонцев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Спортивного совершенствования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.В. Алонцев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Спортивного совершенствования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.В. Алонцев

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

формирование комплексных и систематизированных знаний, а также привитие практических умений и навыков для решения профессиональных задач в сфере коммерциализации бизнес-идей, организации процесса предпринимательства и управления инновационными проектами

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Инновационное предпринимательство входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

"Экономика" в рамках образовательных программ бакалавриата/специалитета

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Технологии научных исследований в сфере физической культуры и спорта

Производственная - преддипломная практика

Производственная - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Учебная - научно-исследовательская работа

Производственная - научно-исследовательская работа

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Инновационное предпринимательство» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
УК-2.1	Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления
УК-2.2	Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
УК-2.3	Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы
УК-2.4	Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта
УК-2.5	Предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
УК-3.1	Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели
УК-3.2	Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, организует и корректирует работу команды, дает

	обратную связь по результатам
УК-3.3	Организует обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 6,1 академических часов;
- аудиторная – 6 академических часов;
- внеаудиторная – 0,1 академических часов;
- самостоятельная работа – 98 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 академических часов

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Введение в инновационное предпринимательство								
1.1 Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса. Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций.	1			1	15	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, работа над предпринимательским проектом и его презентаций	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентаций.	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
1.2 Формирование и развитие команды.					15	Изучение научно-методической литературы	опрос, дискуссия	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
1.3 Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план				1	7	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, работа над предпринимательским проектом и его презентаций	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентаций.	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
1.4 Маркетинг. Оценка рынка.				1	10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, работа над предпринимательским проектом	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентаций	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3

						и его презентацией		
Итого по разделу				3	47			
2. Выведение инновационного продукта на рынок. Финансирование и оценка экономической эффективности								
2.1 Выведение продукта на рынок. Customer Development.	1				10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, работа над предпринимательским проектом и его презентацией	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентацией.	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.2 Инструменты привлечения финансирования.				1	10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, подготовка к практическому (семинарскому) занятию, работа над предпринимательским проектом и его презентацией	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентацией	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.3 Оценка инвестиционной привлекательности проекта.					10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, подготовка к практическому (семинарскому) занятию, работа над предпринимательским проектом и его презентацией	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентацией	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.4 Риски проекта				1	10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, подготовка к практическому (семинарскому) занятию, работа над предпринимательским проектом и его презентацией	Устный опрос, отчет по работе над предпринимательским проектом и его презентацией	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
2.5 Презентация предпринимательского проекта.				1	11	Самостоятельное изучение учебной и	Итоговый отчет по работе над предприниматель	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-

						научной литературы, подготовка к практическому (семинарскому) занятию, работа над предпринимательским проектом и его презентацией	ским проектом и его презентацией.	2.5, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3
Итого по разделу				3	51			
Итого за семестр				6	98		зачёт	
Итого по дисциплине				6	98		зачет	

5 Образовательные технологии

Использование в учебном процессе:

- активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой;
- специальных методов, развивающих у студентов навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение фрагментов уроков по темам начальной школы, а также интерактивных практических занятий, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ возможных педагогических ситуаций в начальной школе);
- игровых технологий, в основе которых лежит организация образовательного процесса, основанная на реконструкции моделей поведения в рамках предложенных сценарных условий (учебная игра – форма воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, моделирования таких систем отношений, которые характерны для этой деятельности как целого; деловая игра – моделирование различных ситуаций, связанных с выработкой и принятием совместных решений, обсуждением вопросов в режиме «мозгового штурма», реконструкцией функционального взаимодействия в коллективе и т.п.; ролевая игра – имитация или реконструкция моделей ролевого поведения в предложенных сценарных условиях);
- лекций-визуализаций, при которых изложение содержания теоретического материала сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов);
- практических занятий в форме презентации, в процессе которых осуществляется представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред;
- компьютерных обучающих программ, включающих в себя электронные учебники, тестовые системы; обучающих систем на базе мультимедиа-технологий, построенные с использованием персональных компьютеров, видеотехники, накопителей на оптических дисках; распределенных баз данных по отраслям знаний;
- средств телекоммуникации, включающих в себя электронную почту, телеконференции, локальные и региональные сети связи, сети обмена данными и т.д.
- электронных библиотек, распределенных и централизованных издательских систем.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

Предпринимательство : учебник / Н.Н. Ползунова, Н.В. Родионова, Н.В. Моргунова [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук Н.Н. Ползуновой, д-ра экон. наук Н.В. Родионовой. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 413 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1852443. - ISBN 978-5-16-017418-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852443> (дата обращения: 24.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2025. — 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202589> (дата обращения: 24.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

б) Дополнительная литература:

Лапуста, М. Г. Предпринимательство : учебник / М. Г. Лапуста. — изд. испр. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019212-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2084148> (дата обращения: 24.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

Чернышева, Ю. Г. Бизнес-анализ : учебник / Ю.Г. Чернышева. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 648 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1858243. - ISBN 978-5-16-019839-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172730> (дата обращения: 24.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

в) Методические указания:

Представлены в приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-1534-24 от 18.12.2024 г.	18.12.2026

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/M/P0109/Web

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного: стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине «Инновационное предпринимательство» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа предполагает решение тестовых заданий на практических занятиях.

Примерные аудиторные контрольные работы (АКР):

АКР №1 «Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса.

Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций»

№1. Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде (отметьте неправильный вариант):

- А) новых продуктов;
- Б) нового технологического процесса;
- В) нового способа организации производства;
- Г) нового дизайна упаковки продукта.

№2. К обязательным свойствам инноваций не относится:

- А) научно-техническая новизна;
- Б) производственная применимость;
- В) коммерческий потенциал;
- Г) усовершенствованный дизайн.

№3. Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам:

- А) схема нового вида летательного аппарата;
- Б) новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании;
- В) найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток *Chlorophyta*;
- Г) выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения.

№4. Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?

- А) этап прототипа;
- Б) этап патентования;
- В) этап производства;
- Г) этап первых продаж.

№5. К эпохальным инновациям можно отнести:

- А) освоение скотоводства;
- Б) выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE;
- В) новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее - 100 мл);
- Г) смарт-часы Pebble.

АКР №2 «Формирование и развитие команды»

№1. Что из нижеперечисленного не относится к малой группе:

- А) пассажиры поезда;
- Б) работники парикмахерской;
- В) рабочие строительной бригады;
- Г) нет верного ответа.

№2. Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера:

- А) харизма;
- Б) умение правильно распределять роли;
- В) либерализм;
- Г) нет верного ответа.

№3. На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:

- А) однозначно, да;
- Б) Да, если время и место было согласовано со всеми заранее;
- В) Нет, это объективные причины.

№4. В группе низкая экспансивность, это:

- А) мешает сформировать команду;
- Б) помогает сформировать команду;
- В) никак не скажется на формировании команды.

№5. Работа в команде имеет следующее преимущество:

- А) снижает время на принятие решений;
- Б) упрощает процесс распределения прибыли;
- В) повышает креативность;
- Г) нет верного ответа.

АКР №3 «Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план»

№1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

- А) возможности;
- Б) ценности;
- В) получение прибыли;
- Г) нет верного ответа.

№2. Бизнес-модель – это:

- А) бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана;
- Б) концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли);
- В) соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке;
- Г) нет верного ответа.

№3. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

- А) постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями;
- Б) эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами;
- В) эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать;
- Г) нет верного ответа.

№4. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:

- А) ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты;
- Б) потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек;
- В) внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики;
- Г) нет верного ответа.

№5. Стадии бизнес-планирования включают в себя следующие:

- А) определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности;
- Б) стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование;
- В) определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков;
- Г) нет верного ответа.

АКР №4 «Маркетинг. Оценка рынка»

№1. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

- А) макрофакторы и микрофакторы;
- Б) микрофакторы и мезофакторы;

- В) мезофакторы и мегафакторы;
 - Г) макрофакторы и мегофакторы.
- №2. 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.

№3. 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.

№4. 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.

№5. 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.

АКР №5 «Выведение продукта на рынок. Customer Development»

№1. Расположите формы потребности в порядке ее развития:

А) нужда – желание – запрос;

Б) желание – нужда – запрос;

В) запрос – нужда – желание.

№2. Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?

А) барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие);

Б) накладываемые семьей;

В) отсутствие товара;

Г) нет верного ответа.

№3. Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?

А) воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект;

Б) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства;

В) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль;

Г) нет верного ответа.

№4. Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки):

А) поиск информации – осознание потребности – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение;

Б) осознание потребности – поиск информации – оценка альтернатив – покупка –

потребление – постпокупочное поведение;

В) оценка альтернатив – поиск информации – осознание потребности – покупка – потребление – постпокупочное поведение.

№5. В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товарной группы и товарной марки?

А) публичных товаров первой необходимости (открытое потребление);

Б) личных товаров первой необходимости (скрытое потребление);

В) личных товаров роскоши (скрытое потребление);

Г) публичных товаров роскоши (открытое потребление).

АКР №6 «Инструменты привлечения финансирования»

№1. Венчурное финансирование относится к:

А) собственным финансовым средствам;

Б) заемным финансовым средствам;

В) привлеченным финансовым средствам;

Г) внутренним финансовым средствам.

№2. 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.

№3. 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;

Г) нет верного ответа.

№4. 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;

Г) нет верного ответа.

№5. Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:

А) фондовые рынки;

Б) личные сбережения;

В) венчурные фонды;

Г) нет верного ответа.

АКР №7 «Оценка инвестиционной привлекательности проекта»

№1. Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?

А) выручка;

Б) прибыль;

В) дивиденды;

Г) нет верного ответа.

№2. Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?

А) соотношение прибыли и средств, инвестируемых в проект;

Б) соотношение инвестиционных затрат и прибыли по проекту;

В) соотношение чистого дисконтированного дохода и средств, инвестируемых в проект;

Г) нет верного ответа.

№3. Метод анализа точки безубыточности используется для определения:

- А) величины реального среднегодового спроса на продукцию проекта;
- Б) критического объема производства продукции;
- В) величины производственно-сбытовых издержек предприятия;
- Г) нет верного ответа.

№4. Рентабельность инвестиций определяется как отношение:

- А) выручки к величине инвестиционных затрат;
- Б) среднегодовой прибыли к сумме вложений в инвестиции;
- В) суммы годовых чистых денежных поступлений к сумме чистых инвестиций на начало каждого года;
- Г) нет верного ответа.

№5. Дисконтирование представляет собой:

- А) процесс расчета будущей стоимости денежных средств инвестируемых сегодня;
- Б) определение текущей стоимости денежных средств, планируемых к получению в будущих периодах;
- В) финансовая операция, предполагающая регулярный взнос денежных средств для накопления определенной суммы в будущем;
- Г) нет верного ответа.

АКР №8 «Риски проекта»

№1. Анализ рисков инновационного проекта представляет собой:

- А) часть маркетинговой стратегии компании;
- Б) блок стратегического позиционирования будущего бизнеса;
- В) вид анализа, позволяющий компании оценить вероятности ухудшения итоговых показателей бизнеса;
- Г) нет верного ответа.

№2. Риски забастовок персонала предприятия следует отнести к:

- А) рыночным рискам;
- Б) технологическим рискам проекта;
- В) управленческим и социальным рискам проекта;
- Г) нет верного ответа.

№3. Неправильное определение целевой аудитории, неудачная рекламная компания, неправильный прогноз спроса на услуги следует отнести к:

- А) рискам внешней среды проекта;
- Б) рискам НИОРК;
- В) рыночным рискам проекта;
- Г) нет верного ответа.

№4. Технические неполадки используемого на производстве электрооборудования, бытовых приборов, сантехнического оборудования следует отнести к:

- А) рискам внешней среды проекта;
- Б) производственным рискам;
- В) рискам НИОКР;
- Г) нет верного ответа.

№5. Возникновение недовольства среди жителей района расположением гостиницы, которую Вы построили, следует отнести к:

- А) рискам внешней среды проекта;
- Б) производственным рискам;
- В) технологическим рискам;
- Г) управленческим и социальным рискам проекта.

АКР №9 «Презентация предпринимательского проекта»

№1. Чем отличаются лифтовая презентация, презентация идеи и презентация для привлечения инвестиций?

- А) временем, в течение которого делается презентация;
- Б) во-первых, временем, во-вторых, содержанием, которое можно уложить за соответствующее время;

В) структурой слайдов;

Г) нет верного ответа.

№2. Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов?

А) объем рынка, количество конкурентов;

Б) объем инвестиций, доходность инвестиций, риски при реализации проекта;

В) оценка опыта команды;

Г) нет верного ответа.

№3. Чем отличается презентация при проблемном интервью от продающей презентации?

А) проблемное интервью имеет целью получить информацию о проблеме клиента от него самого, продающая презентация делается для того, чтобы убедить клиента приобрести продукт;

Б) в проблемном интервью нужно рассказать клиенту о его проблеме, а при проведении продающей презентации нужно рассказать клиенту, как блестяще эта проблема решена;

В) в проблемном интервью задаются вопросы, а в продающей презентации делаются утверждения;

Г) нет верного ответа.

№4. С чего начинать построение структуры презентации?

А) цель;

Б) доказательство;

В) аргумент;

Г) потребность.

№5. Наиболее сильные акценты необходимо расставить при представлении:

А) выводов;

Б) цели;

В) аргументов;

Г) потребностей.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся осуществляется в виде изучения учебной и научной литературы по соответствующей теме, подготовки к практическим (семинарским) занятиям, выполнения аналитических домашних заданий, работы над предпринимательским проектом и его презентацией.

Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ):

ИДЗ№1 «Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса.

Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций»

Аналитические задания:

№1. Приведите примеры новых или усовершенствованных:

- технологических процессов;

- инновационных продуктов - товаров и услуг;

- компании, которая предоставляет своим клиентам инновационные товары и услуги.

№2. Назовите ключевые минусы использования линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки - к рынку»). Аргументируйте ответ.

ИДЗ №2 «Формирование и развитие команды»

Аналитические задания:

№1. Команда из шести человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 50 человеко-часов. Заказ принес компании 1 200 000 руб. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час.

№2. Вы пришли в компанию по объявлению: «Крупной известной компании, лидеру отрасли, требуются инициативные и креативные сотрудники, опыт работы не обязателен». Вы входите в большое, солидно обставленное, но давно не отремонтированное помещение, где вас встречает строгий и официальный начальник отдела кадров в возрасте около 60 лет.

Из разговора вы понимаете, что сейчас компания испытывает трудности, связанные с влиянием кризиса и усилением конкуренции, ваша цель - расширить сферу сбыта компании, причем очевидно, что вам придется часто выезжать в область. Менеджер подчеркивает, что в первый год работы вы должны зарекомендовать себя, и поэтому ваша зарплата будет минимальной. В дальнейшем оплата будет возрастать, причем пропорционально времени работы. Начальник отдела с гордостью сообщает, что большинство сотрудников компании работают в ней с момента ее основания в 1992 году. График работы с 09:00 до 18:00. Особо указывается, что в компании ежедневно проводятся планерки у генерального директора в 18:00, на которых каждый сотрудник отчитывается в том, что сделано за день. Пропуск такой планерки карается штрафом, неоднократный пропуск - увольнением. В 09:00 ежедневно аналогичные совещания проводят начальники отделов, на них каждому сотруднику дается конкретное задание на день, которое он должен выполнить. Проанализируйте данную организацию и аргументированно ответьте на следующие вопросы:

- На какой тип лидерства ориентирована данная компания?
- Можно ли сказать, что в компании сформирован командный дух?
- Можно ли эту компанию назвать проектно-ориентированной?
- Соответствует ли истине объявление о найме сотрудников - этой компании действительно нужны креативные и инициативные сотрудники?

ИДЗ №3 «Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план»

Аналитические задания:

№1. 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 элементы бизнес-модели в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

- ценностное предложение;
- формула прибыли;
- ключевые ресурсы;
- ключевые процессы.

№2. Компания WonderMe производит мелкую бытовую технику и электронику в особом, необычном дизайне (например, универсальный пульт дистанционного управления в форме сэндвича, компьютерную мышь, оформленную как чучело настоящей мыши, наушники в форме змей и т. п.). Уникальность предложения заключается в работе по индивидуальным требованиям и желаниям заказчика, т. е. имеющаяся собственная технология на основе 3D-принтинга позволяет создать практически любой дизайн любого небольшого технического устройства. Компания хочет выйти на новый уровень развития, в том числе на международный рынок. Определите:

- основной вид деятельности компании WonderMe;
- ценностное предложение компании WonderMe;
- ключевые краткосрочные и долгосрочные цели компании;
- состав ресурсов для достижения долгосрочных целей;
- основные риски при реализации целей.

ИДЗ №4 «Маркетинг. Оценка рынка»

Аналитические задания:

№1. Выясните, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

- компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания,

помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей;

- компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

№2. Приведите примеры компаний в сфере высоких технологий, работающих на следующих рынках:

- B2C и B2B одновременно;
- B2B и B2G одновременно.
- рынок P2P, B2C и международный рынок одновременно.

Аргументируйте ответ.

ИДЗ №5 «Выведение продукта на рынок. Customer Development»

Аналитические задания:

№1. На рынок России выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство - Южная Корея. Стоимость 36 000 руб. за единицу (одна комплектация).

Продумайте коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы), активизирующие осознание потребности в подобном товаре.

№2. Компания X разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоу-румы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Смоделируйте потребность в рассматриваемом товаре и определите гипотетические барьеры.

ИДЗ №6 «Инструменты привлечения финансирования»

№1. Выясните, какой вариант привлечения заемного финансирования в сумме 1000 тыс. руб. на 3 года лучше:

- под простую процентную ставку 18% годовых;
- под сложную процентную ставку 15% годовых.

№2. В ходе подготовки обоснования предпринимательского проекта были рассмотрены условия снабжения производства необходимыми материалами и условия сбыта готовой продукции. Материалы, используемые в производстве, будут оплачены 50 % в текущем месяце, 50 % – в следующем. Запас сырья и материалов создается на месяц. Продукция будет реализована в том же месяце в кредит с оплатой покупателями через два месяца. Месячная периодичность закупок материалов и вывоза готовой продукции сохранится на весь период жизни проекта. Ежемесячный расход сырья и материалов составляет 1 200 тыс. руб.; ежемесячные продажи готовой продукции – 2 400 тыс. руб.

Определите необходимую сумму финансовых средств, инвестируемых в предстоящем периоде в оборотный капитал.

ИДЗ №7 «Оценка инвестиционной привлекательности проекта»

№1. Оцените уровень эффективности проекта, предполагающего приобретение оборудования, с двухлетним сроком реализации, используя показатель NPV, если инвестиционные затраты составляют 1050 тыс. руб., дисконтная ставка – 12 %, величина чистого денежного потока за первый год – 550 тыс. руб. и за второй год – 680 тыс. руб.

№2. Рассчитайте средневзвешенную стоимость капитала по данным таблицы и сделайте вывод о целесообразности планируемых вложений средств в предпринимательский проект, внутренняя норма доходности которого составляет 22 %.

Наименование источника средств	Средняя стоимость источника средств, %	Удельный вес данного источника средств в
--------------------------------	--	--

		пассиве
Привилегированные акции	10,0	0,4
Обыкновенные акции и нераспределенная прибыль	25,0	0,1
Заемные средства	30,0	0,5

ИДЗ №8 «Риски проекта»

№1. Имеются следующие данные по проекту. Вероятность того, что реальная цена продажи продукта инновационного проекта «Бельвита» изменится, т. е. станет больше, меньше или равна плановой, оценивается экспертами как, соответственно, 30, 30 и 40%. Если цена все же окажется меньше плановой, то, по мнению экспертов, с вероятностью 60% отклонение будет не более -10%, с вероятностью 30% - от -10 до -20% и с вероятностью 10% - от -20 до -30%. Аналогичным образом анализируем отклонения в положительную сторону: с вероятностью 60% отклонение будет не более +10%, с вероятностью 30% - от +10 до +20% и с вероятностью 10% - от +20 до +30%. Отклонения более 30% в любую сторону эксперты оценивают как маловероятные. NPV проекта составляет 709 тыс. руб. Кроме того, известно, что изменение цены реализации на -30% приведет к сокращению NPV проекта на 7825 тыс. руб., изменение цены реализации на -20% приведет к сокращению NPV проекта на 5585 тыс. руб., изменение цены реализации на -10% приведет к сокращению NPV проекта на 2941 тыс. руб. Рост цены проекта на 30% приведет к росту NPV проекта на 7430 тыс. руб., рост цены проекта на 20% приведет к росту NPV проекта на 4631 тыс. руб., рост цены проекта на 10% приведет к росту NPV проекта на 2906 тыс. руб.

На основе приведенной информации составьте «дерево вероятностей», рассчитайте итоговую вероятность отклонения цены реализации от планового значения, суммарный риск по NPV по инновационному проекту «Бельвита», а также ожидаемую величину NPV, скорректированную на риск, связанный с изменением цены реализации.

№2. Определите, к какому типу рисков относятся:

- появление цифровой фотографии, приведшей к резкому сокращению рынка химической фотографии;
- непопадание продукта в ожидания потенциальной аудитории, что приводит к низкому спросу на продукцию;
- недостаточный опыт руководителя проекта, который приведет к критичным последствиям с точки зрения запуска бизнеса.

ИДЗ №9 «Презентация предпринимательского проекта»

№1. Посмотрите материал об эффективной презентации - фрагмент фильма «История рыцаря» (<https://www.youtube.com/watch?v=5XFzn6LVg2c>).

Определите, что в этой презентации удерживает внимание слушателей. Аргументируйте ответ.

№2. Продумайте «лифтовую презентацию» для компании X, которая занимается разработкой электронной техники.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		
УК – 3.1	- вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Формирование и развитие команды. 2. Командный лидер, типы командного лидерства. 3. Бизнес-идея, основные методы ее генерирования. 4. Бизнес модель, элементы бизнес-модели. 5. Понятие и общая структура эффективных презентаций. 6. Виды презентаций и их характеристика. 7. Понятие и особенности питч-сессии.
УК – 3.2	- делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, организует и корректирует работу команды, дает обратную связь по результатам	Примерные практические задания для зачета: 1. Команда из семи человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 40 человеко-часов. Заказ принес компании 2000 млн. руб. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час. 2. Продумайте «презентацию идеи (Idea Pitch)» для компании X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека. 3. Укажите, какие из представленных ниже слайдов РРТ-презентации предпринимательского проекта нарушают правила питч-сессии. Аргументируйте ответ. 

		<table><tr><th colspan="4">ПЛАН МАРКЕТИНГА.</th></tr><tr><th>Цели маркетинга</th><th>Стратегии маркетинга</th><th>Сроки реализации</th><th>Ответственные</th></tr><tr><td>Изучение и комплексный анализ нужд и потребностей потребителей</td><td>Проведение опроса населения (разных категорий)</td><td>Раз в год</td><td>Наемные работники</td></tr><tr><td>Расширение объемов реализации товаров и услуг</td><td>Проведение акций и введение скидок</td><td>Раз в месяц</td><td>Генеральный директор</td></tr></table> 5. Используя схему, изображенную ниже, раскройте императивные отличия предпринимателя от менеджера, промоутера и изобретателя. Определите, в чем разница между ними по следующим направлениям: - мотивация их действий; - методы реализации новой идеи; - использование ресурсов, формы и методы привлечения необходимых ресурсов, ответственность; -отношение к организационной структуре. Матрица с двумя осями: вертикальная ось — «Креативность, инновационность» (стрелка вверх), горизонтальная ось — «Управленческие навыки, знание бизнес-процессов, связи» (стрелка вправо). Матрица разделена на четыре квадранта: верхний левый — «Изобретатель», верхний правый — «Предприниматель», нижний левый — «Наемный специалист», нижний правый — «Менеджер». Рис. Матрица «Креативность – управленческие навыки»	ПЛАН МАРКЕТИНГА.				Цели маркетинга	Стратегии маркетинга	Сроки реализации	Ответственные	Изучение и комплексный анализ нужд и потребностей потребителей	Проведение опроса населения (разных категорий)	Раз в год	Наемные работники	Расширение объемов реализации товаров и услуг	Проведение акций и введение скидок	Раз в месяц	Генеральный директор
ПЛАН МАРКЕТИНГА.																		
Цели маркетинга	Стратегии маркетинга	Сроки реализации	Ответственные															
Изучение и комплексный анализ нужд и потребностей потребителей	Проведение опроса населения (разных категорий)	Раз в год	Наемные работники															
Расширение объемов реализации товаров и услуг	Проведение акций и введение скидок	Раз в месяц	Генеральный директор															
УК – 3.3	- организует обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов	Комплексное задание по разработке предпринимательского проекта и его презентации: Разработайте и сформируйте РРТ-презентацию Вашего сквозного проекта по следующим пунктам: - «команда проекта» (необходимые роли, обоснование их распределения между участниками команды); - «бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план» (целевой потребитель, ценностное предложение, период реализации проекта).																
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла																		
УК – 2.1	- формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Сущность и свойства инноваций. 2. Модели инновационного процесса и их характеристика. 3. Роль предпринимателя в инновационном процессе. 4. Классификация инноваций и их характеристика. 5. Сущность и основные разделы бизнес-плана. 6. Основные виды маркетинговых исследований,																

		их характеристика. 7. Методы маркетинговых исследований. 8. Оценка рынка и целевой сегмент. 9. Особенности продаж инновационных продуктов. 10. Методы разработки и жизненный цикл продукта. 11. Концепция Customer development. 12. Методы моделирования потребностей потребителей. 13. Источники и инструменты финансирования предпринимательских проектов. 14. Понятие и критерии оценки инвестиционной привлекательности предпринимательских проектов. 15. Денежные потоки предпринимательского проекта. 16. Понятие и типология рисков предпринимательского проекта. 17. Методы количественного анализа рисков предпринимательского проекта. 18. Инновационная среда и ее структура. 19. Инновационный потенциал предпринимательского проекта (компании).
УК – 2.2	- разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы; формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	Примерные практические задания для зачета: 1. Поясните, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса – «push» или «pull» относятся процессы, связанные с созданием: - светодиодного фонаря; - нержавеющей стали; - кондиционера; - DVD-дисков. 2. Проанализируйте и сравните, какое влияние на существующие рынки оказывают радикальные (базисные) и улучшающие (поддерживающие) инновации. Охарактеризуйте инновации, приведенные ниже, в зависимости от глубины вносимых изменений: - новая операционная система Windows 10, расширяющая возможности пользователя, в том числе сетевые, развитие технологий защиты и безопасности.; - криптовалюта, представляющая собой цифровой актив, учет которого децентрализован, актив защищен от подделки или кражи за счет использования криптографии и распределенной компьютерной сети. 3. Выясните, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если: - компания, занимающаяся разработкой

		приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу - приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей; - компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения.
УК – 2.3	- разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы	Примерные практические задания для зачета: 1. В ходе подготовки обоснования предпринимательского проекта были рассмотрены условия снабжения производства необходимыми материалами и условия сбыта готовой продукции. Материалы, используемые в производстве, будут оплачены 60 % в текущем месяце, 40 % – в следующем. Запас сырья и материалов создается на месяц. Продукция будет реализована в том же месяце в кредит с оплатой покупателями через два месяца. Месячная периодичность закупок материалов и вывоза готовой продукции сохранится на весь период жизни проекта. Ежемесячный расход сырья и материалов составляет 1 500 тыс. руб.; ежемесячные продажи готовой продукции – 2 600 тыс. руб. Определите необходимую сумму финансовых средств, инвестируемых в предстоящем периоде в оборотный капитал. 2. Оцените уровень эффективности проекта, предполагающего приобретение оборудования, с двухлетним сроком реализации, используя показатели NPV и PI, если инвестиционные затраты составляют 1500 тыс. руб., дисконтная ставка – 11 %, величина чистого денежного потока за первый год – 950 тыс. руб. и за второй год – 600 тыс. руб.
УК – 2.4	- осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	Комплексное задание по разработке предпринимательского проекта и его презентации: Разработайте и сформируйте РРТ-презентацию Вашего сквозного проекта по следующим пунктам: - «наименование предпринимательского проекта, авторы»; - «маркетинг, оценка рынка» (продаваемый продукт, цена, каналы дистрибуции, продвижение); - «product development, разработка продукта» (традиционные аналоги, новизна, преимущества, инвестиционные затраты, производственная себестоимость); - «customer development, выведение продукта на рынок» (перечень мероприятий по выводу продукта на рынок, их стоимость).
УК – 2.5	- предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные	Комплексное задание по разработке предпринимательского проекта и его презентации: Разработайте и сформируйте РРТ-презентацию Вашего сквозного проекта по следующим пунктам:

	условия для внедрения результатов проекта	- «инструменты привлечения финансирования» (виды источников финансирования, их преимущества и недостатки); - «оценка инвестиционной привлекательности проекта»; - «риски проекта» (основные риски и инструменты их преодоления).
--	---	--

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инновационное предпринимательство» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме по билетам, каждый из которых включает один теоретический вопрос и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания зачета:

– на оценку **«зачтено»** – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности;

– на оценку **«незачтено»** – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические указания для студентов

Процесс обучения дисциплине включает в себя:

аудиторную работу

- посещение лекционных занятий, оформление конспектов лекций;
- посещение практических занятий, выполнение и представление практических работ;
- самостоятельную работу (внеаудиторную работу)*
- изучение конспектов лекций;
- самостоятельное изучение материала, представленного в основной, дополнительной литературе, а также на сайтах электронных библиотек;
- подготовка к практическим занятиям (оформление практических работ и заданий);
- подготовка к промежуточному контролю.

Успешное изучение дисциплины осуществляется при выполнении всех перечисленных видов работ.

В процессе самостоятельной работы активизируется познавательная деятельность обучающихся, осуществляется углубленное изучение материала, самопознание, самоорганизация, формируется целостное представление об изучаемом предмете и явлении.

Конспект лекции представляет собой краткую запись монолога преподавателя. Во время лекции студент слушает материал, понимает и осмысливает его. Для лекций необходимо подготовить отдельную тетрадь, при этом желательно вести записи так, чтобы логика лекционного материала была не прерывна. Целесообразно выделять темы, подтемы, ключевые слова и термины в лекции для акцентирования внимания на них.

Записывать следует самое важное, раскрывающее смысл и суть темы.

Рекомендуется записывать аккуратным, понятным почерком. Конспектируя, можно пользоваться общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, можно придумать собственные.

Если будет вовремя не записан материал, то необходимо оставить место и потом дописать пропущенное.

Все конспекты лекций представляются в конце окончания курса для проверки.

Подготовка к практическим занятиям предполагает углубленное изучение отдельных тем и курсов. По форме проведения занятия представляют собой решение задач, обсуждение докладов, демонстрация презентаций, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается в освоении материала лекций, привлечение для изучения дополнительной литературы, при этом необходимо анализировать материал, сопоставлять факты и события, мнения из разных источников.

Если на практическом занятии представлены доклады, то нужно подготовиться по одному из представленных в тематике вопросу. Доклад представляет собой устную форму сообщения информации. Для начала необходимо подготовить материал, прочитать, осмыслить его, а на занятии представить его в виде устного сообщения. Докладчику нужно представить материал так, чтобы он был понятен и интересен одногруппникам. Нужно стараться использовать простые слова, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

При выступлении одного, остальные обучающиеся должны внимательно слушать, по ходу выступления записывать кратко содержание и задавать вопросы.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать

свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

Презентация – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Требования к оформлению презентаций:

Каждая презентация должна быть не менее 10 слайдов

- Шрифт текста должен быть читабельным, видимым на фоне. Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации. Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить красную строку и интервал между абзацами
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Следует соблюдать единый стиль оформления.
- Информация должна сопровождаться фотографиями, картинками
- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом.

Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.

1 слайд – титульный (название рассматриваемой темы, фамилия и имя, группа студента)

Последний слайд должен содержать список источников (литература, ссылки интернет-сайтов)

В презентацию можно включить видео.

Все доклады и презентации демонстрируются на практических занятиях. В случае отсутствия студента на занятиях необходимо разместить выполненное задание в соответствующую тему на образовательном портале.

Подготовка к промежуточному контролю.

В течение семестра возможно прохождение тестовых заданий на образовательном портале. Это осуществляется как в аудиторное время, так и во внеаудиторное. Для подготовки к выполнению тестовых заданий необходимо заранее повторить конспект лекции, а также изучить записи в тетради, сделанные во время практических занятий в процессе докладов и демонстрации презентаций. Выполнение тестовых заданий по темам курса позволит выявить пробелы в знаниях студентов, тем самым вовремя устранить их, и качественнее подготовиться к промежуточному контролю по окончании изучения дисциплины.

Готовиться к зачёту или экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Нужно просматривать конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривать конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала. Непосредственно при подготовке:
- Разделить вопросы для зачёта (экзамена) на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начинать нужно со знакомого материала, а затем изучить менее известное, воспользовавшись рекомендованной литературой.