

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2022 15:17:47
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Цифровая экономика и предпринимательство»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.О.23 «Коммерциализация цифровых технологий»

Направление подготовки:
09.03.03 «Прикладная информатика»

Направленность (профиль):
«Цифровая трансформация информационных систем»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти, 2020 г.

Рабочая программа дисциплины «Коммерциализация цифровых технологий» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – *бакалавриат* - по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 г. № 922 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации от 12.10.2017 г. № 48531).

Разработчик РПД:

к.э.н., доцент

_____ (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

Т.И. Марченко

_____ (ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки

_____ (подпись)

В.Н.Еремина

Начальник управления информатизации

_____ (подпись)

В.В.Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «_____»

«__» _____ 20__ г., протокол № _____

Заведующий кафедрой д.э.н., профессор
«ЦЭиП»

_____ (уч.степень, уч.звание)

_____ (подпись)

Е.В. Башмачникова

_____ (ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела

_____ (подпись)

Н.М.Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 7 от 26.06.2019 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б.1.О.23 «Коммерциализация цифровых технологий»

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (модуль общепрофессиональных дисциплин направления).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ОПК-4. Способен участвовать в разработке стандартов, норм и правил, а также технической документации, связанной с профессиональной деятельностью	ИОПК-4.1. Использует нормативные правовые акты оформления специальной документации в профессиональной деятельности	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, - предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать документы <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготовки текста устава проекта -подготовки текста плана управления проектом и частных планов в его составе (управления качеством, персоналом, рисками, стоимостью, содержанием, временем, субподрядчиками, закупками, изменениями, коммуникациями) -разработки иерархической структуры работ (ИСР) проекта в соответствии с полученным заданием -разработки расписания проекта в соответствии с полученным заданием -разработки сметы расходов проекта в соответствии с полученным заданием -разработки плана финансирования проекта в соответствии с полученным заданием 	
	ИОПК-4.2. Разрабатывает специальную (техническую) документацию на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать документы <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготовки текста устава проекта -подготовки текста плана управления проектом и частных планов в его составе (управления качеством, персоналом, рисками, стоимостью, содержанием, временем, субподрядчиками, закупками, изменениями, коммуникациями) -разработки иерархической структуры работ (ИСР) проекта в соответствии с полученным заданием -разработки расписания проекта в 	

		соответствии с полученным заданием -разработки сметы расходов проекта в соответствии с полученным заданием -разработки плана финансирования проекта в соответствии с полученным заданием)	
ОПК-6. Способен анализировать и разрабатывать организационно-технические и экономические процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования	ИОПК-6.3. Использует базовые знания экономики и определяет экономическую эффективность в профессиональной деятельности	Знает: -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии Умеет: -проводить переговоры, проводить интервью -работать с записями по качеству (в том числе выполнять корректирующие действия, предупреждающие действия, запросы на исправление несоответствий) -анализировать входные данные Имеет практический опыт: -проведения качественного анализа рисков в проектах в области ИТ	
ОПК-8. Способен принимать участие в управлении проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла	ИОПК-8.1. Применяет знания технологий создания и внедрения информационных систем, стандартов управления жизненным циклом информационной системы в профессиональной деятельности.	Знает: -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии Умеет: -разрабатывать плановую документацию Имеет практический опыт: - назначения членов команды проекта на выполнение работ по проекту в соответствии с полученными планами проекта - получения и управления необходимыми ресурсами для выполнения проекта (включая материальные, нематериальные, финансовые ресурсы, а также инструменты, оборудование и сооружения) -получения отчетности об исполнении от членов команды проекта по факту выполнения работ -подтверждения выполнения работ -организации выполнения одобренных запросов на изменение, включая запросы на изменение, порожденные корректирующими действиями, предупреждающими действиями, запросами на устранение несоответствий	
	ИОПК-8.3. Составляет плановую и отчетную документацию по управлению проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла.	Знает: -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии Умеет: - разрабатывать документы	

		<p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сравнения фактического исполнения проекта с планами работ по проекту -предоставления информации, необходимой для разработки отчетности по проекту -проведения мониторинга реализации одобренных запросов на изменение -поддержания в актуальном состоянии планов работ по проекту -инициации запросов на изменение (в том числе корректирующие действия, предупреждающие действия, запросы на исправление несоответствий) -планирования работы с рисками в соответствии с полученным заданием 	
--	--	--	--

Краткое содержание дисциплины:

Сущность коммерциализации цифровых технологий и потребность в цифровых инновациях. Сущность инновационной деятельности в области цифровизации. Переход от идеи к рынку: стадии «генерации идеи», «выращивания», «демонстрации», «продвижения», «стабильности». Линейный и рыночный подход к коммерциализации цифровых технологий. Основные этапы коммерциализации цифровых технологий. Участники коммерциализации цифровых технологий.

Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий. Способы и формы коммерциализации цифровых технологий.

Инструменты оценки коммерческого потенциала цифровых технологий. Стратегии коммерциализации цифровых технологий. Технологический аудит организаций - необходимый элемент формирования стратегии коммерциализации цифровых технологий. Трансляционные барьеры при коммерциализации цифровых технологий.

Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями, при разработке идей их коммерциализации.

Создание дополнительной стоимости. Прирост стоимости цифровой инновации в процессе коммерциализации.

Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий.

Функции государства как субъекта правовых отношений при охране и защите интеллектуальной собственности. Международные конвенции и договоры в сфере правовой охраны интеллектуальной собственности. Недобросовестная конкуренция.

Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий. Выбор, оценка и сегментация рынка цифровых технологий.

Жизненный цикл цифровых продуктов на рынке. Продвижение цифровых нововведений. Сервисное сопровождение процессов коммерциализации цифровых технологий.

Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий. Формы и модели финансирования проектов коммерциализации цифровых технологий.

Источники информации для анализа рынка цифровых технологий. Технологические брокеры и посредники – источники запросов на цифровые продукты. Поиск информации о конкурентах.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является:

- формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, направленных на развитие навыков проектной деятельности.

1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ОПК-4. Способен участвовать в разработке стандартов, норм и правил, а также технической документации, связанной с профессиональной деятельностью	ИОПК-4.1. Использует нормативные правовые акты оформления специальной документации в профессиональной деятельности	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, - предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать документы <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготовки текста устава проекта -подготовки текста плана управления проектом и частных планов в его составе (управления качеством, персоналом, рисками, стоимостью, содержанием, временем, субподрядчиками, закупками, изменениями, коммуникациями) -разработки иерархической структуры работ (ИСР) проекта в соответствии с полученным заданием -разработки расписания проекта в соответствии с полученным заданием -разработки сметы расходов проекта в соответствии с полученным заданием -разработки плана финансирования проекта в соответствии с полученным заданием 	
	ИОПК-4.2. Разрабатывает специальную (техническую) документацию на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать документы <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготовки текста устава проекта -подготовки текста плана управления проектом и частных планов в его составе (управления качеством, персоналом, рисками, стоимостью, содержанием, 	

		<p>временем, субподрядчиками, закупками, изменениями, коммуникациями)</p> <p>-разработки иерархической структуры работ (ИСР) проекта в соответствии с полученным заданием</p> <p>-разработки расписания проекта в соответствии с полученным заданием</p> <p>-разработки сметы расходов проекта в соответствии с полученным заданием</p> <p>-разработки плана финансирования проекта в соответствии с полученным заданием)</p>	
<p>ОПК-6. Способен анализировать и разрабатывать организационно-технические и экономические процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования</p>	<p>ИОПК-6.3. Использует базовые знания экономики и определяет экономическую эффективность в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проводить переговоры, проводить интервью -работать с записями по качеству (в том числе выполнять корректирующие действия, предупреждающие действия, запросы на исправление несоответствий) -анализировать входные данные <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проведения качественного анализа рисков в проектах в области ИТ 	
<p>ОПК-8. Способен принимать участие в управлении проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла</p>	<p>ИОПК-8.1. Применяет знания технологий создания и внедрения информационных систем, стандартов управления жизненным циклом информационной системы в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать плановую документацию <p>Имеет практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - назначения членов команды проекта на выполнение работ по проекту в соответствии с полученными планами проекта - получения и управления необходимыми ресурсами для выполнения проекта (включая материальные, нематериальные, финансовые ресурсы, а также инструменты, оборудование и сооружения) -получения отчетности об исполнении от членов команды проекта по факту выполнения работ -подтверждения выполнения работ -организации выполнения одобренных запросов на изменение, включая запросы на изменение, порожденные корректирующими действиями, предупреждающими действиями, запросами на устранение несоответствий 	

	<p>ИОПК-8.3. Составляет плановую и отчетную документацию по управлению проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла.</p>	<p>Знает: -дисциплины управления проектами, -возможности информационных систем, -предметную область, -технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии</p> <p>Умеет: - разрабатывать документы</p> <p>Имеет практический опыт: -сравнения фактического исполнения проекта с планами работ по проекту -предоставления информации, необходимой для разработки отчетности по проекту -проведения мониторинга реализации одобренных запросов на изменение -поддержания в актуальном состоянии планов работ по проекту -инициации запросов на изменение (в том числе корректирующие действия, предупреждающие действия, запросы на исправление несоответствий) -планирования работы с рисками в соответствии с полученным заданием</p>	
--	--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (модуль общепрофессиональных дисциплин направления).

Освоение дисциплины осуществляется по очной форме обучения в 7 семестре, а по заочной форме обучения - в 8 семестре.

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Планирование и прогнозирование в информационном сервисе;
- Основы научных исследований и дипломное проектирование.

Основные положения дисциплины «Коммерциализация цифровых технологий» в дальнейшем будут использованы при прохождении практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 час.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	традиционный с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	46 / 10
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	18 / 4
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	28 / 6
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	62 / 94
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	52 / 84
Подготовка к промежуточной аттестации	10/10
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	учебным планом не предусмотрено
Контроль (часы на экзамен)	- / 4
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
7 семестр						
ОПК-6: ИОПК-6.3	<i>Обзорная лекция-консультация по изучению учебного курса</i>	1				<i>Лекция-визуализация</i>
ОПК-6: ИОПК-6.3	Тема 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса	2				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие № 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса			2		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам</i>
	Самостоятельная работа				5	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-8: ИОПК-8.1	Тема 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий	3				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие № 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий			4		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам, Выполнение практических заданий</i>
	Самостоятельная работа				7	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-6: ИОПК-6.3	Тема 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями	2				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	и создание дополнительной стоимости					
	Практическое занятие №3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости			4		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам, Выполнение практических заданий</i>
	Самостоятельная работа				8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-4: ИОПК-4.1	Тема 4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий	2				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие №4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий			2		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам</i>
	Самостоятельная работа				8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-4: ИОПК-4.2	Тема 5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий	3				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие №5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий			8		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам, Выполнение практических заданий</i>

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	Самостоятельная работа				8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-8: ИОПК-8.3	Тема 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий	3				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие №6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий			4		<i>Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам, Выполнение практических заданий</i>
	Самостоятельная работа				8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
ОПК-8: ИОПК-8.1	Тема 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий	2				<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>
	Практическое занятие №7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий			4		<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Тестирование по теме, Экспресс-опрос, Защита презентаций по рефератам, Выполнение практических заданий</i>
	Самостоятельная работа				8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка сообщений по рефератам к практическому занятию</i>
	Подготовка к промежуточной аттестации				10	
	ИТОГО за 7 семестр	18	-	28	62	

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов очной формы обучения)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
<i>Реферат с презентацией</i>	допускаются все студенты	7	3	21
<i>Тестирование по темам лекционных занятий</i>	допускаются все студенты	7	3	21
<i>Проведение экспресс-опроса</i>	допускаются все студенты	7	2	14
<i>Выполнение задач и практических заданий</i>	допускаются все студенты	4	4	16
<i>Творческий рейтинг: -участие в конференции или публикация статьи -подготовка глоссария</i>	допускаются все студенты	1 1	18 10	18 10
	Итого по дисциплине			100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено		

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы					Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	
		Контактная работа			Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		в часах		формы организации самостоятельной работы
8 семестр								
ОПК-6: ИОПК-6.3	Тема 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса	1			<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>	8	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты</i>
ОПК-8: ИОПК-8.1	Тема 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий	1		1	<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Выполнение практических заданий</i>	14	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты Выполненные практические задания</i>
ОПК-6: ИОПК-6.3	Тема 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости			1	<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций) Выполнение практических заданий</i>	10	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты Выполненные практические задания</i>
ОПК-4: ИОПК-4.1	Тема 4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий	1			<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>	10	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты</i>
ОПК-4: ИОПК-4.2	Тема 5. Маркетинговый инструментарий,			2	<i>Семинар-беседа (разбор конкретных</i>	16	<i>Самостоятельное изучение учебных</i>	<i>Подготовленные рефераты</i>

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы					Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	
		Контактная работа			Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		в часах		формы организации самостоятельной работы
	используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий				<i>ситуаций)</i> <i>Выполнение практических заданий</i>		<i>материалов</i>	<i>Выполненные практические задания</i>
ОПК-8: ИОПК-8.3	Тема 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий			2	<i>Семинар-беседа (разбор конкретных ситуаций)</i> <i>Выполнение практических заданий</i>	16	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты, Выполненные практические задания</i>
ОПК-8: ИОПК-8.1	Тема 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий	1			<i>Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС)</i>	10	<i>Самостоятельное изучение учебных материалов, Выполнение рефератов</i>	<i>Подготовленные рефераты, Выполненные практические задания</i>
	Подготовка к промежуточной аттестации					10		
	ИТОГО за 8 семестр	4	-	6		94		

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов заочной формы обучения)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
<i>Реферат</i>	допускаются все студенты	7	3	21
<i>Собеседование</i>	допускаются все студенты	4	5	20
<i>Выполнение практических заданий</i>	допускаются все студенты	4	5	20
<i>Конспект лекций</i>	допускаются все студенты	4	2	8
<i>Творческий рейтинг: -участие в конференции или публикация статьи</i>	допускаются все студенты	1	20	20

-подготовка глоссария		1	11	11
	Итого по дисциплине			100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина «Коммерциализация цифровых технологий» реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работы в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- *балльно-рейтинговая технология оценивания;*
- *электронное обучение;*
- *проблемное обучение;*
- *разбор конкретных ситуаций.*

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все

предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины, обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах

Лабораторные работы по дисциплине «Коммерциализация цифровых технологий» учебным планом не предусмотрены

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;*
- получение умений и навыков составления сообщений к рефератам, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;*
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.*

4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на

занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающие доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы

Выполнение курсового проекта/ работы по дисциплине «Коммерциализация цифровых технологий» учебным планом не предусмотрено.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 232 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=939196/>. – Текст : электронный.
2. Бизнес-планирование : учебник / Л. В. Бобков [и др.] ; под ред. Т. Г. Попадюк, В. Я. Горфинкеля. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2018. - 295 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=950074/>. – Текст : электронный.
3. Волкова, П. А. Статистическая обработка данных в учебно-исследовательских работах : учеб. пособие для вузов / П. А. Волкова, А. Б. Шипунов. - Документ Bookread2. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2017. - 96 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556479/>. – Текст : электронный.
4. Ильина, О. Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие : монография / О. Н. Ильина. - Документ Bookread2. - Москва : Вуз. учеб. [и др.], 2017. - 208 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=767898/>. – Текст : электронный.
5. Лапыгин, Д. Ю. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании : учеб. пособие / Д. Ю. Лапыгин, Ю. Н. Лапыгин. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 333 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=567394/>. – Текст : электронный.
6. Маркетинг : учебник / В. В. Герасименко [и др.] ; под ред. В. В. Герасименко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Экон. фак. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Проспект, 2016. - 508 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=672940/>. – Текст : электронный..
7. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В. Д. Маркова. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 186 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=982132/>. – Текст : электронный.
8. Организационное проектирование. Реорганизация, реинжиниринг, гармонизация : учеб. пособие для вузов по УГС 38.00.00 "Экономика и упр." (квалификация (степень) "магистр") / С. А. Лочан [и др.] ; под ред. Д. С. Петросяна. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 195 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=773171/>. – Текст : электронный.
9. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учеб. для вузов по направлению 38.03.01 "Экономика" и экон. специальностям / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 336 с. : ил. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883/>. – Текст : электронный.
10. Старжинский, В. П. Методология науки и инновационная деятельность : пособие для аспирантов, магистрантов и соискателей уч. степени канд. наук техн. и экон. специальностей / В. П. Старжинский, В. В. Цепкало. - Документ Bookread2. - Минск [и др.] : Новое знание [и др.], 2017. - 326 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=900868/>. – Текст : электронный.

11. Цифровой бизнес : учебник / О. В. Китова [и др.] ; под ред. О. В. Китовой. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 417 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

12. Алиев, В. С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс) : учеб. пособие для студентов по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалт. учет, анализ и аудит", "Налоги и налогообложение" / В. С. Алиев, Д. В. Чистов. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 351 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=377350>. – Текст : электронный.

13. Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учеб. пособие по прогр. МВА и др. прогр. подгот. упр. кадров / В. Г. Елиферов, В. В. Репин ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - Документ HTML. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 319 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=942762>. – Текст : электронный.

14. Гонтарева, И. В. Управление проектами : учеб. пособие по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалт. учет, анализ и аудит", "Налоги и налогообложение", "Мировая экономика" / И. В. Гонтарева, Р. М. Нижегородцев, Д. А. Новиков ; Финансовая акад. при Правительстве РФ. - Изд. стер. - Москва : ЛИБРОКОМ, 2014. - 384 с. – Текст : непосредственный.

15. Грушенко, В. И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / В. И. Грушенко. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=405546>. – Текст : электронный.

16. Ильин, А. И. Планирование на предприятии : учеб. пособие для вузов по специальности "Нац. экономика" и экон. специальностям / А. И. Ильин. - 9-е изд. - Документ Bookread2. - Минск [и др.] : Новое знание [и др.], 2014. - 667 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=405403>. – Текст : электронный.

17. Ким, С. А. Маркетинг : учеб. для вузов по направлению подгот. "Экономика" / С. А. Ким. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2015. - 257 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=513272>. - Текст : электронный.

18. Количественные методы в экономических исследованиях : учеб. для вузов по специальности экономики и упр. / Ю. Н. Черемных [и др.] ; под ред. М. В. Грачевой, Ю. Н. Черемных, Е. А. Тумановой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 687 с. – Текст : непосредственный.

19. Попов, Ю. И. Управление проектами : учеб. пособие : учеб. для слушателей образоват. учреждений по прогр. МВА и др. прогр. подгот. упр. кадров / Ю. И. Попов, О. В. Яковенко ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 208 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=983557>. – Текст : электронный.

20. Современный менеджмент : учеб. : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент орг." / А. И. Базилевич [и др.] ; науч. ред. А. Н. Романов ; рецензенты: Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова. - Документ Bookread2. - Москва : Вуз. учеб. [и др.], 2015. - 298 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=469777>. – Текст : электронный.

21. Степашко, В. А. Содержание модели управления научно-исследовательской деятельностью студентов / В. А. Степашко // Альма матер. - 2014. - № 1. - С. 57-61. - Документ HTML. - 19 КБ. - URL: <http://www.ebiblioteka.ru/browse/doc/39199971>. - Текст : электронный.

22. Управление проектом. Основы проектного управления : учеб. для вузов по специальностям "Менеджмент орг.", "Гос. и муницип. упр.", "Маркетинг", "Упр. персоналом", "Упр. инновациями", "Нац. экономика" / М. Л. Разу [и др.] ; под ред. М. Л.

Разу ; Гос. ун-т упр. - 4-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2016. - 756 с. – Текст : непосредственный.

23. Хуснутдинов, Р. Ш. Экономико-математические методы и модели : учеб. пособие для вузов по специальности "Мат. методы в экономике" / Р. Ш. Хуснутдинов. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430259>. – Текст : электронный.

24. Экономико-математические методы в примерах и задачах : учеб. пособие для вузов по направлению "Мат. методы в экономике" и др. экон. профилям / А. Н. Гармаш [и др.] ; под ред. А. Н. Гармаша ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2014. - 415 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=416547>. – Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.

2. Базы данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ РАН) по естественным, точным и техническим наукам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.viniti.ru>. – Загл. с экрана.

3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – Загл. с экрана.

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл с экрана.

5. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.

6. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.

7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.gks.ru/> – Загл. с экрана.

8. Финансово-экономические показатели Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> – Загл. с экрана.

9. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.

10. Электронно-библиотечная система Лань [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.

11. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются компьютерные классы университета и библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Темы рефератов

1. Методы идентификации участников рынка цифровых технологий.
2. Характеристика центров коммерциализации цифровых технологий.
3. Международный рынок цифровых технологий.
4. Рынок цифровых инноваций и товарная форма научно-технических разработок.
5. Международный рынок цифровых технологий.
6. Стимулы для развития коммерциализации цифровых технологий.
7. Формирование инфраструктуры коммерциализации цифровых технологий.
8. Повышение способности малых и средних предприятий к использованию цифровых технологий.
9. Анализ оборота прав на рынке интеллектуальной собственности.
10. Потребности правообладателей в консультационных, инжиниринговых и образовательных услугах при внедрении акцептированных цифровых технологий.
11. Специфика продвижения консультационных, инжиниринговых и образовательных услуг, сопровождающих потребление цифровых технологий.
12. Условия проведения технологического аудита организаций при формировании ими стратегии коммерциализации цифровых технологий.
13. Лицензионное соглашение как метод трансфера цифровых технологий.
14. Промышленная кооперация как метод трансфера и форма коммерциализации цифровых технологий.
15. Франчайзинг – новый метод трансфера цифровых технологий.
16. Специфика лизинга как метода трансфера цифровых технологий.
17. Особенности процесса коммерциализации цифровых технологий хозяйствующими субъектами, находящимися на разных этапах эволюции.
18. Специфика цифровых инновационных проектов.
19. Характеристика радикальных цифровых инноваций.
20. Характеристика модифицирующих цифровых инноваций.
21. Появление инновационных монополий в цифровой сфере.
22. Исследование взаимосвязи различных типов цифровых инноваций с их жизненным циклом на рынке.
23. Конкурентные преимущества цифровых технологий.
24. Методы установления цен на цифровые технологии как вариант научно-технической продукции.
25. Интеллектуальная собственность как производственный ресурс.
26. Особенности оборота прав на цифровые инновации на рынке интеллектуальной собственности.
27. Проблемы взаимодействия производителей товаров и услуг и организаций-разработчиков цифровых технологий.
28. Государственная поддержка коммерциализации цифровых технологий.
29. Особенности защиты различных объектов интеллектуальной собственности.
30. Характеристика средств индивидуализации и ноу-хау.
31. Институты развития инновационных цифровых структур в России.
32. Охрана интеллектуальной собственности.
33. Потребности, генерируемые рынком цифровых технологий.

34. Факторы, определяющие решение о покупке цифровых продуктов.
35. Особенности цифровых продуктов. учитываемые при проектировании и реализации маркетинговых мероприятий.
36. Характеристика стадий жизненного цикла цифрового продукта.
37. Типология человеческой популяции по склонностям к цифровым инновациям.
38. Процесс проведения маркетинговых исследований рынка цифровых технологий.
39. Критерии сегментации потребительского рынка цифровых технологий.
40. Критерии сегментации корпоративного рынка цифровых технологий.
41. Методы сегментации рынка цифровых технологий.
42. Критерии выбора актуальных сегментов рынка цифровых технологий.
43. Методы продвижения проектов коммерциализации цифровых технологий.
44. Продвижение проектов коммерциализации цифровых технологий через сети трансфера цифровых технологий.
45. Продвижение проектов коммерциализации цифровых технологий через участие в венчурных ярмарках.
46. Ценообразование инновационного цифрового продукта.
47. Тянущая и толкающая модель коммерциализации цифровых инноваций.
48. Подходы к выявлению потребностей потребителей цифровых продуктов.
49. Венчурные инвестиции как модель финансирования цифровых инноваций.
50. Косвенное финансирование проектов коммерциализации цифровых продуктов.
51. Краудфандинг и краудинвестинг как формы финансирования проектов коммерциализации цифровых продуктов
52. Развитие инфраструктурной среды коммерциализации цифровых технологий.
53. Сравнительный анализ подходов к генерации бизнес-идей.
54. Методы оценки и отбора бизнес-идей в области цифровых технологий.
55. Патентный материал как источник информации о рынке цифровых технологий.
56. Интернет как источник информации о рынке цифровых технологий.
57. Методика активного исследования рынка цифровых продуктов.
58. Технологическое брокерское событие – инструмент продвижения цифровых технологий.

Задания и задачи

Тема № 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий

Задание 1.

Разработайте анкеты для проведения технологического аудита организаций – цифровых инноваторов в зависимости от выбранной стратегии извлечения коммерческой выгоды от цифровых продуктов. При разработке анкет следует учесть наличие трансляционных барьеров.

Задание 2.

Проведите технологический аудит одной из предложенных цифровых технологий:

- А) разработка и внедрение конкурса в социальных медиа
- Б) программный продукт выстраивания рейтинга потенциальных поставщиков продукции
- В) разработка и внедрение программы лояльности клиентов
- Г) разработка и внедрение программы посева материалов (размещение пиар-контента в местах концентрации целевой аудитории)
- Д) френдинга (добровольной связи), рассылки инвайтов (приглашений).

Предложите возможную цифровую технологию для аудита в сфере своей будущей профессиональной деятельности и примерную программу проведения аудита.

Задание 3.

Вы провели аудит кафедры ЦЭиП вашего университета и не нашли ни одной цифровой технологии, пригодной для трансфера. Но кафедра ждет позитивных решений. Сформулируйте Ваши действия и предложения.

Задание 4.

Вы в своей менеджерской практике столкнулись с ситуацией, когда аудируемая в вашем вузе цифровая технология связана с использованием операции, о которой у вас нет никакого понятия. Опишите Ваши действия.

Задание 5.

Участок цифровой обработки данных крупной типографии простаивает. Руководство типографии через Вас как менеджера по инновационному цифровому развитию решило предложить его услуги для реализации какой-либо инновационной цифровой технологии. Сформулируйте Ваши действия для поиска нужного партнера, не «утонув» при этом в море бесполезных телефонных звонков.

Тема № 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости

Задание 1.

Оцените сильные и слабые стороны цифрового продукта как товара

Постановка вопроса при изучении сильных и слабых сторон цифрового продукта (услуги)	Характеристика цифрового продукта (услуги)
Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирован ваш цифровой продукт?	
Изучены ли вами запросы ваших клиентов?	
Какие преимущества предоставляет ваш цифровой продукт (услуги) клиентам?	
Можете ли вы эффективно довести свой продукт (услуги) до тех потребителей, на которых он ориентирован?	
Может ли ваш продукт (услуги) успешно конкурировать с продуктом (услугами) других производителей в отношении: - качества, надежности, эксплуатационных и других потребительских характеристик? - цены? - стимулирования спроса? - места распространения?	
Понимаете ли вы, на какой стадии «жизненного цикла» находится ваш продукт (услуги)?	
Есть ли у вас идеи относительно новых видов продукта?	
Обладаете ли вы сбалансированным ассортиментом цифровых продуктов (услуг) с точки зрения их существенного разнообразия и степеней морального старения?	
Проводите ли вы регулярную модификацию ваших продуктов в соответствии с запросами клиентов?	
Проводите ли вы политику создания новых продуктов?	
Возможно ли копирование ваших продуктов (услуг) конкурентами?	
Имеют ли ваши бизнес-идеи адекватную патентную защиту, брендом?	
Отслеживаете ли вы жалобы потребителей?	
Уменьшается ли количество жалоб и нареканий со стороны	

потребителей?	
---------------	--

Задание 2.

На цифровой продукт (электронный ценник) x нужно назначить конкурентоспособную цену. Аналогичный продукт (услуга) y основного конкурента продается по цене 1152 руб. за 1 ед. Группа экспертов провела сравнительное тестирование основных свойств электронных ценников, а также ранжировала их по важности для потребления, приняв за единицу наименее важное свойство. Необходимо найти цену электронного ценника x .

Таблица - Сравнительная характеристика моделей электронных ценников

Показатели	Модели	
	Электронный ценник - новинка	Электронный ценник - конкурент
Комплексный показатель качества, баллы	20	24
Уровень качества (за базу взят электронный ценник – новинка)	100	120
Цена, руб.	1080	1152

Тема № 5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий

Задание 1.

Венчурный фонд озабочен малым количеством заявок и в то же время боится вести массированную рекламу, опасаясь большого наплыва бесперспективных предложений. Как решить эту проблему?

Задание 2.

Классификация видов маркетинговых исследований.

При проведении маркетинговых исследований могут быть рассмотрены такие направления, как исследование цен на цифровую продукцию; исследование продвижения цифрового продукта; исследование процессов доведения цифрового продукта до конечного потребителя.

Укажите, какие из нижеперечисленных высказываний относятся к исследованию цен, какие - к исследованию продвижения и какие - к исследованию доведения цифрового продукта до потребителя:

- исследование месторасположения цифровой продукции;
- исследование взаимосвязи между ценой цифрового продукта и спросом на него;
- исследование эффективности рекламной деятельности;
- комплексный относительный анализ различных средств и методов продвижения цифрового продукта;
- прогнозирование ценовой политики для разных стадий жизненного цикла цифрового продукта;
- исследование месторасположения сервисных служб;
- исследование эффективности различных средств массовой информации.

Задание 3.

Примеры маркетинговых исследований.

Заполните таблицу примеров предварительных и завершающих маркетинговых исследований.

- Исследование эффективности рекламы цифровых продуктов.
- Экспертный опрос ведущих сотрудников предприятия с целью определения размера снижения цены на цифровой продукт.
- Опрос персонала и руководителей служб по реализации цифровых продуктов.

- Экспертный опрос ведущих сотрудников с целью выработки критериев эффективности разработки и реализации цифровых продуктов.
- Исследование запоминаемости рекламы с помощью опроса.
- Опрос ведущих сотрудников с целью выявления основной проблемы.
- Исследование способности потребителей вспомнить рекламное обращение через день после его появления.

Таблица - Форма анализа данных

Неопределенная постановка проблемы	Предварительное исследование	Конкретизация проблемы	Завершение исследования

Задание 4.

Виды деятельности в маркетинговых исследованиях.

При проведении маркетинговых исследований проводится: изучение рынка; изучение продукта. Укажите, какие из ниже перечисленных высказываний относятся к исследованию рынка, а какие - к исследованию продукта:

1. генерация идей о новых цифровых продуктах;
2. получение информации о конкуренте;
3. тестирование цифрового продукта;
4. оценка емкости рынка цифровых технологий;
5. анализ тенденций измерения рынка цифровых технологий;
6. организация маркетинга тестируемых цифровых продуктов;
7. определение характеристики рынка цифровых технологий и его сегментов;
8. разработка концепции тестирования цифрового продукта;
9. получение информации о существующих и потенциальных потребителях цифрового продукта
10. выявление системы предпочтений потребителей цифровых продуктов (потребительских и корпоративных).

Задание 5.

На основе анализа зарубежного опыта управления цифровыми инновациями и возможности его применения в России предложите способы минимизации рисков российских малых инновационных предприятий при осуществлении ими трансфера цифровых технологий.

Задание 6. Расставьте в правильной последовательности элементы, составляющие процесс маркетингового исследования:

- A. Рекомендации.
- B. Получение первичной информации.
- C. Определение проблемы.
- D. Использование результатов.
- E. Анализ данных.
- F. Анализ вторичной информации.

Задание 7. Проведите постановку задач маркетингового исследования по материалам практической ситуации с учетом следующих рекомендаций:

- определите потребность в проведении маркетинговых исследований;
- определите проблему; определите цели маркетинговых исследований;
- определите объект и предмет исследования, составьте его модель;
- сформулируйте гипотезу (гипотезы исследования);
- проведите интерпретацию и операционализацию понятий;
- определите тип информации и источники ее получения;
- определите методы сбора данных.

Задание 8. Составьте план маркетинговых исследований по одному из примеров производителей цифровых технологий с учетом рекомендаций, приведенных в предыдущем задании.

Тема № 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий

Задание 1.

Проведите сравнительный анализ программных продуктов для разработки бизнес-планов по следующим критериям:

Показатель	Наименование программного продукта для разработки бизнес-плана		
Уровень открытости для пользователя			
Соответствие российским и международным стандартам			
Учет налогов			
Валюта расчетов			
Анализ чувствительности			
Сравнение вариантов плана			
Построение оптимальных схем кредитования			
Контроль за реализацией проекта			
Анализ эффективности деятельности по подразделениям и продуктам			
Финансовый анализ			
Автоматизация отчета			
Экспорт/импорт данных			
Стоимость			
Достоинства программного продукта			
Недостатки программного продукта			

Возможные варианты программных продуктов: «Альт-Инвест», «PDS Бизнес-план», «Project Expert», «Business Plan PL Office»,

Задание 2

Проведите анализ сильных и слабых сторон конкурентов и собственного бизнеса

Факторы, характеризующие бизнес	Преимущества	Недостатки
Менеджмент организации - предпринимательская культура - цели и формируемые стратегии - система мотивации сотрудников		
Производство цифрового продукта - оборудование - гибкость производственных мощностей - качество производственного планирования и управления		
Научные исследования и разработки - интенсивность и результаты - ноу-хау - использование новых информационных технологий		
Маркетинг - организация сбыта - расположение сбытовых каналов		

- фаза жизненного цикла цифровых продуктов		
Кадры - возрастная структура - уровень образования - квалификация и мотивация труда персонала		
Финансы - доля собственного капитала - уровень финансового состояния - возможность получения кредита		

Задание 3

Проведите анализ конкурентов

Показатели	Основные конкуренты	
	первый	второй
Объем реализации продуктов, натуральные показатели		
Занимаемая доля рынка, %		
Уровень цены		
Финансовое положение		
Уровень технологии		
Качество продукта		
Расходы на рекламу		
Привлекательность интерфейса		
Период деятельности организации, лет		

Задание 4

Приведите примеры возможных каналов распределения цифровых продуктов (нулевой, одноуровневый, двухуровневый каналы распределения).

Задание 5

Рассчитайте потребность в основных фондах, необходимых для ведения бизнеса.

Вид основных фондов	Количество	Цена	Сумма	Примечание (собственность или аренда)
Здание				
Машина				
...				
Итого				

Примечание. Если объект основных средств используется как арендованный, то в сумму значение не проставляют, а в примечании указывают аренда или лизинг. Сумму арендной платы по таким объектам основных фондов указывают в статье «Прочие расходы», как дополнение при расчете себестоимости цифрового продукта или услуги.

Задание 6

Произведите калькуляцию цифрового продукта

Показатели	Затраты, руб.
Выручка нетто (без НДС) от реализации продукта	
Себестоимость продукта	
- сырье и материалы	
- топливо и энергия на технологические нужды	
- фонд оплаты труда	
- страховые взносы	
- амортизация	

- расходы на рекламу	
- арендная плата	
- прочие затраты	
Полная себестоимость	
Налоги	
- на прибыль	
- на имущество	
- транспортный	
- ЕНВД	
- налог при упрощенной системе налогообложения (специальный налоговый режим)	
Финансовый результат	

Задание 7

Нарисуйте организационную структуру управления малого предприятия и перечислите основные элементы стиля управления

Задание 8

Произведите подборку персонала для цифрового бизнеса на основе кадровых агентств города.

Задание 9.

На базе информации задания 6 заполните отчет о прибылях и убытках и рассчитайте финансовые показатели (коэффициенты ликвидности, доля низколиквидных активов, коэффициент оборачиваемости активов, коэффициент независимости, коэффициент финансовой устойчивости, рентабельность активов, рентабельность реализации цифрового продукта)

Тема № 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий

Задание 1.

Оцените динамику патентования по интенсивности подачи заявок за последние десять лет в Российской Федерации.

Задание 2.

Проведите поиск информации по разработкам в области цифровых технологий по базам США и России.

Задание 3.

Требуется рассмотреть рынок цифровых технологий по ключевому слову «блокчейн». Необходимо найти все области применения «блокчейн», а также найти пример данной цифровой технологии, принадлежащей узкому сегменту рынка «блокчейн» (например, только в военной или медицинской сфере). Очевидно, что рынок блокчейн существует как в России, так и за рубежом, поэтому необходимо использовать, как минимум, две поисковые системы – русскоязычную (например, Яндекс) и англоязычную (например, Yahoo). В качестве ключевого слова можно использовать слова – синонимы блокчейн.

Подготовить сводную таблицу сегментов рынка блокчейн.

Отрасль	Продукт	Компания

Задание 4.

Разработка анкет. Оценка вопросов анкеты.

Разработка анкет – важный этап проведения маркетингового исследования посредством опроса. Составьте анкету на основе своей темы, согласно целям и задачам своего исследования (например, по курсовой работе даже другой дисциплины), учитывая все основные правила и положения. Рассмотрите вопрос обработки анкет. Существует программное обеспечение, включая небольшие программы узкой специализации – специально под обработку анкет. Предлагается использовать MS Excel (необходимо разработать анкету с одновременным созданием экранной формы и базы данных для ввода анкет). В рамках задания необходимо обработать материалы анкет с помощью этой программы, описать полный механизм создания анкет, проведения анкетирования и, наконец, обработки анкет. Привести фотографии обработки анкет в предложенной программе, описать результат обработки, сделать выводы.

Задание 5.

Исследовательская работа.

Найдите любой интернет-опрос, размещенный на одном из web-сайтов, который вы можете достаточно квалифицированно оценить. Ответьте на предлагаемые вопросы и дайте экспертное заключение по структуре и содержанию данного опроса.

8.1.2. Типовые тестовые задания

Тема № 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса

1. Под технологией понимают

- А) получение вознаграждения за созданные технологические новшества
- Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
- В) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс

2. Под коммерциализацией цифровых технологий понимают

- А) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
- Б) получение выгоды от коммерческого использования информации о технологии или самой технологии
- В) передачу технологии реципиенту, осуществляющему ее промышленное освоение

3. Отличие трансакций с цифровыми технологиями как объектами интеллектуальной собственности от сделок в отношении материальных объектов состоит

- А) в получении возможности использования данной технологии
- Б) в присвоении данной технологии
- В) в получении разрешения передавать данную технологию третьим лицам

4. Интеллектуальная собственность реализуется в следующих формах

- А) капитализации и национализации
- Б) коммерциализации и национализации
- В) капитализации и коммерциализации

5. Капитализация - это

- А) постепенное перенесение стоимости цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности на стоимость производимой продукции и создание новой (прибавочной) стоимости
- Б) однократное перенесение стоимости цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности на стоимость производимой продукции и создание новой (прибавочной) стоимости
- В) создание новой (прибавочной) стоимости

Тема № 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий

1. Основной формой продвижения цифровых инноваций является
 - А) экономический форум
 - Б) трансфер цифровых технологий
 - В) государственное регулирование экономического развития страны
 - Г) эффективность институтов развития рыночной экономики

2. Под трансфером цифровых технологий понимают
 - А) получение вознаграждения за созданные технологические новшества
 - Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
 - В) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс
3. Обозначьте средства некоммерческого трансфера цифровых технологий
 - А) совместное решение научно-технических вопросов
 - Б) закупка образцов новой техники
 - В) выставки, ярмарки, конференции, симпозиумы
 - Г) лизинг
 - Д) взаимные визиты, личные контакты специалистов на безвозмездной основе
 - Е) торговля лицензиями на товарные знаки

4. Технологический аудит – это
 - А) операция объективной оценки потенциала цифровой инновации как объекта коммерциализации
 - Б) получение вознаграждения за созданные цифровые технологические новшества
 - В) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления

5. Укажите критерии оценки потенциала коммерциализуемости цифровых технологий
 - А) наличие рынка
 - Б) получение вознаграждения за созданные цифровые технологические новшества
 - В) возможность получения не одного, а семейства продуктов или приложений
 - Г) совместное решение научно-технических вопросов
 - Д) наличие фактических или потенциальных реципиентов цифровой технологии
 - Е) наличие себестоимости у коммерческой разработки

Тема № 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости

1. Выберите верную последовательность процесса разработки нового цифрового продукта
 - А) генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – обзор рыночной ситуации – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – экономический анализ – коммерческая реализация
 - Б) генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – экономический анализ – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – обзор рыночной ситуации – коммерческая реализация
 - В) обзор рыночной ситуации – генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – экономический анализ – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – коммерческая реализация

2. Под инновацией понимают
 - А) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс
 - Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
 - В) результат введения и использования новых знаний и переустройства на их основе процессов производства и реализации продуктов

3. К стратегическим цифровым инновациям относят
 - А) инновации, появление которых носит внезапный и стремительный характер и приносит максимальные выгоды создателю и первообладателю новинки
 - Б) инновации, кардинально меняющие процесс или содержание человеческой деятельности, реализующие крупные научно-технические решения, не имеющие аналогов в отечественной и мировой практике
 - В) инновации, значительно меняющие процесс и высвобождающие существенные объемы ресурсов и труда, совершенствующие технологию производства или технико-экономические характеристик уже известных продуктов, не изменяя принципов, лежащих в основе их создания

4. По виду специализации организации – цифровые инноваторы делятся на
 - А) предметные и адресные
 - Б) специализирующиеся на фундаментальных исследованиях, научно – исследовательских работах, опытно – конструкторских работах, создании опытных образцов, производстве опытных партий или первых серий
 - В) инноваторы – литеры, инноваторы - последователи
 - Г) ориентирующиеся на пионерные изобретения, создающие инновации на основе нового способа применения ранее сделанных открытий и изобретений

5. По характеру реализации организацией – цифровым инноватором инновационной стратегии в условиях цифровой трансформации бизнеса выделяют следующие виды стратегий
 - А) стратегию технологического лидерства, стратегию инновационного маркетинга
 - Б) стратегию лидерства, стратегию следования за лидером
 - В) стратегию НИОКР, стратегию внедрения и адаптации цифровых инноваций
 - Г) активную маркетинговую стратегию, пассивную маркетинговую стратегию
 - Д) информационно – ориентированную стратегию, технологически ориентированную стратегию, стратегию опережающего внедрения инноваций

Тема № 4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий

1. Не являются объектами охраны в сфере цифровых технологий
 - А) техническое решение в области логистики, относящееся к экспедиции товаров
 - Б) математические методы
 - В) правила и методы хозяйственной деятельности
 - Г) промышленно применимая полезная модель
 - Д) художественно-конструкторское решение изделия промышленного производства

2. Нормативным актом для такого объекта авторского права, как программа для ЭВМ, является
 - А) Патентный закон
 - Б) 4-я часть Гражданского кодекса Российской Федерации
 - В) Закон о правовой охране топологий интегральных микросхем
 - Г) Закон об авторском праве и смежных правах
 - Д) Закон о правовой охране программ для ЭВМ и баз данных
 - Е) Закон о коммерческой тайне

3. Выделите объект патентного права
 - А) имеющиеся в НИИ отчеты о результатах выполненных НИР в области цифровых технологий
 - Б) микросхемы, разработанные в НИИ в рамках контрактов с другими организациями
 - В) сертификат, удостоверяющий соответствие выпускаемой высокотехнологичной продукции государственному стандарту
 - Г) полезная модель

Тема № 5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий

1. Что считается маркетинговыми исследованиями?
 - А) исследования, которые проводятся маркетинговыми методами
 - Б) исследования существующих рекламных публикаций по определённой цифровой разработке
 - В) исследования рынка с целью определения возможностей реализации на нём цифровой разработки

2. Обработка существующей вторичной информации - это
 - А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования

3. Какие патентно-информационные исследования как вариант маркетинговых исследований позволяют осуществить позиционирование объекта цифровой инновации прогнозирование развитие характеристик объекта цифровой инновации?
 - А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования

4. Сбор и обработка текущих данных специально для конкретной маркетинговой задачи - это
- А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования
5. Что считается «кабинетными маркетинговыми исследованиями»?
- А) исследования, которые проводятся в служебных кабинетах
 - Б) исследования, которые проводятся в библиотеках
 - В) исследования, которые предполагают обработку уже существующей вторичной информации, т.е. информации, уже опубликованной в открытых или закрытых источниках

Тема № 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий

1. Источниками заемного финансирования цифровых инноваций являются
- А) уставной капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) субсидии
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) гранты
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций
2. Источниками долевого финансирования цифровых инноваций являются
- А) венчурный капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) субсидии
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) бизнес-ангелы
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций
3. Источниками самофинансирования цифровых инноваций являются
- А) венчурный капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) уставной капитал
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) 3 F: family, friends, fools
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций
4. Отметьте критерии, связанные непосредственно с цифровым продуктом, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий
- А) сложность внедрения
 - Б) правовая защита
 - В) объем и характеристика рынка цифровых технологий
 - Г) опыт реализации аналогичных проектов
 - Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
 - Е) конкурентоспособность создаваемого цифрового продукта

5. Отметьте критерии, связанные с маркетингом цифрового продукта, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий

- А) сложность внедрения
- Б) потенциальная доля рынка цифровых технологий
- В) объем и характер рынка цифровых технологий
- Г) опыт реализации аналогичных проектов
- Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
- Е) конкурентоспособность создаваемого цифрового продукта

Тема № 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий

1. Предметом поиска патентной информации для анализа рынка цифровых технологий могут быть

- А) стадия жизненного цикла объекта патентования
- Б) технология создания цифрового продукта
- В) области возможного применения цифрового продукта
- Г) тема патентных исследований
- Д) вывод цифровой инновации на рынок
- Е) конкурентоспособность цифрового продукта

2. При проведении патентных исследований, направленных на определение тенденций развития конкретной области цифровых технологий в целом, принимается во внимание периодичность процессов развития исследуемой области ориентировочно

- А) 5-10 лет
- Б) 20-25 лет
- В) последние 3 года
- Г) все ответы верны

3. Поиск патентной информации характеризуется

- А) ретроспективностью
- Б) широтой
- В) рациональностью
- Г) новизной
- Д) глубиной

4. Критериями отбора информации для определения новизны технических цифровых решений служат

- А) сходство достигаемого при использовании результата
- Б) коммерциализуемость
- В) сходство технической сущности
- Г) капитализируемость
- Д) уровень внедрения
- Е) активность научно-технических публикаций

5. К методам активного исследования рынка цифровых технологий относятся

- А) поиск информации в Яндекс
- Б) поиск информации в отечественной патентной базе
- В) деловая переписка по электронной почте с авторами публикаций, производителями и потребителями цифровых продуктов
- Г) посещение форумов и порталов

8.1.3. Типовые вопросы для устного (письменного) экспресс- опроса

Тема № 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса

1. Что понимается под термином «идея» в области цифровизации?
2. Чем наполнены стадии генерации идеи и выращивания как стадии коммерциализации цифровых технологий?
3. Охарактеризуйте термины «технология», «цифровая технология», «коммерциализуемость».
4. Сравните линейный и рыночный подходы к коммерциализации цифровых технологий.

Тема № 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий

1. Дайте определение трансфера цифровых технологий.
2. Охарактеризуйте основные виды трансфера цифровых технологий.
3. Перечислите основные средства передачи цифровых технологий при коммерческом и некоммерческом трансфере.
4. Охарактеризуйте «подрывные» и «поддерживающие» инновационные цифровые технологии.
5. Проведите сравнительную характеристику фундаментальных стратегий извлечения коммерческой выгоды от цифровых технологий.
6. Каковы цели технологического аудита организаций – цифровых инноваторов в зависимости от выбранной стратегии извлечения коммерческой выгоды от цифровых продуктов?
7. Опишите подготовку организации – цифрового инноватора к технологическому аудиту.

Тема № 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости

1. Чем отличаются базисные и улучшающие цифровые инновации? Приведите примеры.
2. Чем отличаются продуктовые, технологические и нетехнологические цифровые инновации? Приведите примеры.
3. Чем отличаются стратегические и адаптирующие цифровые инновации? Приведите примеры.
4. Перечислите классификационные признаки инновационных стратегий, реализуемых организациями – цифровыми инноваторами
5. Какова природа прироста стоимости проекта разработки цифрового продукта?
6. Охарактеризуйте модель 1:10:100.
7. Что происходит с долей автора цифровой технологии по мере продвижения проекта разработки цифрового продукта?

Тема № 4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий

1. Каково основное потребительское свойство интеллектуальной собственности?

2. Перечислите факторы, определяющие рыночную ценность объекта интеллектуальной собственности.
3. Что является объектом интеллектуальной собственности и каковы их отличительные особенности?
4. Перечислите виды изобретений.
5. Чем отличаются друг от друга патент и авторское свидетельство?
6. Дайте определение ноу-хау и перечислите виды.
7. Перечислите виды недобросовестной конкуренции, определяемые Парижской конвенцией.
8. Сформулируйте особенности правовой охраны программ для ЭВМ и баз данных.
9. Что понимается под охраной интеллектуальных прав?
10. Перечислите институты интеллектуальной собственности, существующие в Российской Федерации.
11. Какой орган выполняет функции по контролю и надзору в сфере охраны интеллектуальных прав?
12. Перечислите основные международные договоры и конвенции в сфере интеллектуальной собственности.

Тема № 5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий

1. Что является главным условием формирования бизнес-идей?
2. Перечислите факторы мотивации покупки потребительского цифрового продукта.
3. Сравните потребительский и корпоративный рынки цифровых технологий.
4. Перечислите факторы мотивации покупки корпоративного цифрового продукта.
5. Охарактеризуйте маркетинговый комплекс как набор инструментов по продвижению цифровых продуктов на рынок.
6. Укажите особенности маркетинговых мероприятий для случая цифровых технологий как товара.
7. Охарактеризуйте жизненный цикл цифрового продукта на рынке.
8. Дайте характеристику продуктно-ориентированной сегментации рынка цифровых технологий.
9. Опишите маркетинговый подход к сегментации рынка цифровых технологий.
10. Перечислите важнейшие критерии оценки и выбора актуальных сегментов рынка цифровых технологий.

Тема № 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий

1. Что называется бизнес – планом проекта коммерциализации цифровой технологии?
2. Сформулируйте цель бизнес-планирования проекта коммерциализации цифровой технологии.
3. Перечислите основные элементы структуры бизнес-плана. Какая часть является самой важной?
4. Какова цель составления меморандума о конфиденциальности?
5. На что ориентирован инвестиционный план как часть формальной структуры бизнес-плана?
6. Какой инструмент используется для составления делового расписания?
7. Какова последовательность разработки разделов бизнес-плана?

8. Перечислите специализированные программные средства, призванные максимально упростить процедуру составления бизнес-плана.
9. Перечислите критерии, связанные непосредственно с цифровым продуктом, которые активно используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий.
10. Какова цель презентации бизнес-проекта?
11. Перечислите типичные недостатки содержательной части бизнес-плана.
12. Что отражается в заключении бизнес-плана?

Тема № 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий

1. Что понимается под патентной информацией?
2. Перечислите варианты предмета поиска исходя из конкретных задач патентных исследований.
3. Какие патентные базы для поиска информации являются наиболее ценными?
4. Какие источники информации используются при определении уровня развития и тенденций развития техники?
5. Какие виды поиска применяются при его проведении по источникам патентной информации?
6. Какие источники информации Вы порекомендуете использовать, если выбранные объекты-аналоги принадлежат фирмам, сведения о которых не содержатся в патентных базах?
7. Какая информация представляет интерес для изучения технической и изобретательской активности в стране?
8. Какая информация представляет интерес для понимания степени и тенденций коммерческой активности производителей?
9. Каков процент «информационного шума» в Интернет?
10. От чего зависит эффективность поиска рыночной информации в Интернет?
11. Какие правила безопасности при пользовании Интернетом важно соблюдать, чтобы защититься от СПАМа?
12. Основные источники информации о конкурентах цифровых продуктов

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *экзамен (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).*

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам допускается для сдачи академической задолженности.

Регламент проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
<i>не менее 60</i>	<i>30</i>	<i>30</i>

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к дифференцированному зачету (ОПК-4: ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ОПК-6: ИОПК-6.3; ОПК-8: ИОПК-8.1; ИОПК-8.3):

Тема № 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса

1. Сущность коммерциализации цифровых технологий. Потребность в цифровых инновациях.
2. Сущность инновационной деятельности в области цифровизации. Переход от идеи к рынку: стадии «генерации идеи», «выращивания», «демонстрации», «продвижения», «стабильности».
3. Понимание термина «технология». Восприятие термина «цифровая технология» со стороны разработчика, со стороны менеджера проекта (потенциального покупателя).
4. Линейный и рыночный подход к коммерциализации цифровых технологий.
5. Основные этапы коммерциализации цифровых технологий.
6. Участники коммерциализации цифровых технологий: разработчики и авторы цифровых технологий, инвесторы (покупатели) цифровых технологий.
7. Способы и формы коммерциализации цифровых технологий: неотделимые от носителя, основанные на квалификации персонала и общетехнологическом ресурсе организации; отделимые от носителя, основанные на праве интеллектуальной собственности.
8. Инструменты оценки коммерческого потенциала цифровых технологий.
9. Стратегии коммерциализации цифровых технологий.
10. Технологический аудит организаций - необходимый элемент формирования стратегии коммерциализации цифровых технологий.
11. Трансляционные барьеры при коммерциализации цифровых технологий.
12. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями, при разработке идей их коммерциализации: классификация цифровых инноваций; классификация организаций - цифровых инноваторов; цели стратегий, основанных на цифровых инновациях.
13. Создание дополнительной стоимости. Прирост стоимости цифровой инновации в процессе коммерциализации.
14. Интеллектуальная собственность как основа цифровых инноваций, сравнительная характеристика охраняемых результатов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации, уступка прав собственности и передача прав на использование.
15. Функции государства как субъекта правовых отношений при охране и защите интеллектуальной собственности.
16. Международные конвенции и договоры в сфере правовой охраны интеллектуальной собственности. Недобросовестная конкуренция.
17. Выбор, оценка и сегментация рынка цифровых технологий: выявление потребностей клиентов, подготовка цифровых продуктов к реализации, определение цены предлагаемых цифровых продуктов, продвижение цифровых продуктов на рынке, организация распределения и продажи цифровых продуктов.
18. Жизненный цикл цифровых продуктов на рынке.
19. Продуктивно-ориентированное сегментирование рынка цифровых технологий.
20. Маркетинговый подход к сегментации рынка цифровых технологий.
21. Оценка и выбор актуальных сегментов рынка цифровых технологий.
22. Продвижение цифровых нововведений.
23. Сервисное сопровождение процессов коммерциализации цифровых технологий.
24. Процесс разработки бизнес-плана и формальные процедуры его оценки; типичные ошибки.

25. Формы и модели финансирования проектов коммерциализации цифровых технологий.
26. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий: пассивные (патентная информация, информация в Интернет) и активные.
27. Систематизация и анализ результатов поиска информации о состоянии рынка цифровых технологий.
28. Технологические брокеры и посредники – источники запросов на цифровые продукты.
29. Поиск информации о конкурентах.

Примерный тест для итогового тестирования (ОПК-4: ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ОПК-6: ИОПК-6.3; ОПК-8: ИОПК-8.1; ИОПК-8.3):

Тема № 1. Сущность коммерциализации цифровых технологий и оценка потенциального спроса (ОПК-6: ИОПК-6.3)

1. Под технологией понимают
- А) получение вознаграждения за созданные технологические новшества
 - Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
 - В) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс
2. Под коммерциализацией цифровых технологий понимают
- А) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
 - Б) получение выгоды от коммерческого использования информации о технологии или самой технологии
 - В) передачу технологии реципиенту, осуществляющему ее промышленное освоение
3. Отличие трансакций с цифровыми технологиями как объектами интеллектуальной собственности от сделок в отношении материальных объектов состоит
- А) в получении возможности использования данной технологии
 - Б) в присвоении данной технологии
 - В) в получении разрешения передавать данную технологию третьим лицам
4. Интеллектуальная собственность реализуется в следующих формах
- А) капитализации и национализации
 - Б) коммерциализации и национализации
 - В) капитализации и коммерциализации
5. Капитализация - это
- А) постепенное перенесение стоимости цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности на стоимость производимой продукции и создание новой (прибавочной) стоимости

- Б) однократное перенесение стоимости цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности на стоимость производимой продукции и создание новой (прибавочной) стоимости
- В) создание новой (прибавочной) стоимости

6. В процессе коммерциализации конкретной цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности

- А) передаются полные функции собственника в отношении данной технологии
- Б) передаются частичные функции собственника в отношении данной технологии
- В) не передаются функции собственника цифровой технологии
- Г) сдается в аренду данная технология на определенное время

7. Коммерциализация интеллектуальной собственности - это

- А) передача объекта интеллектуальной собственности от одного экономического субъекта другому на безвозмездной основе
- Б) передача объекта интеллектуальной собственности от одного экономического субъекта другому на возмездной основе
- В) передача объекта интеллектуальной собственности от одного экономического субъекта другому как на возмездной основе, так и безвозмездно

8. Под коммерциализацией цифровой технологии понимают

- А) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
- Б) передачу цифровой технологии от одного экономического субъекта другому для ее последующей капитализации и распоряжения
- В) передачу технологии реципиенту, осуществляющему ее промышленное освоение
- Г) форму извлечения полезных свойств из цифровой технологии в процессе ее производственного потребления и использования данной технологии

9. Коммерческая реализация цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности подразумевает

- А) отказ от использования объекта интеллектуальной собственности и передачу его для использования другими предприятиями
- Б) передачу комбинации прав из «пучка» правомочий собственника от одного лица к другому без передачи самого объекта
- В) реализацию функция владения объектом интеллектуальной собственности

10. Коммерциализация цифровой технологии как объекта интеллектуальной собственности подразумевает в качестве предмета сделки

- А) сам объект интеллектуальной собственности
- Б) возможность использования объекта интеллектуальной собственности
- В) ознакомление с определенными сведениями
- Г) ценность объекта интеллектуальной собственности

Тема № 2. Информационно-аналитическое сопровождение процесса коммерциализации цифровых технологий (ОПК-8: ИОПК-8.1)

1. Основной формой продвижения цифровых инноваций является

- А) экономический форум
- Б) трансфер цифровых технологий
- В) государственное регулирование экономического развития страны

Г) эффективность институтов развития рыночной экономики

2. Под трансфером цифровых технологий понимают

- А) получение вознаграждения за созданные технологические новшества
- Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления
- В) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс

3. Обозначьте средства некоммерческого трансфера цифровых технологий

- А) совместное решение научно-технических вопросов
- Б) закупка образцов новой техники
- В) выставки, ярмарки, конференции, симпозиумы
- Г) лизинг
- Д) взаимные визиты, личные контакты специалистов на безвозмездной основе
- Е) торговля лицензиями на товарные знаки

4. Обозначьте средства коммерческого трансфера цифровых технологий

- А) совместное решение научно-технических вопросов
- Б) закупка образцов новой техники
- В) выставки, ярмарки, конференции, симпозиумы
- Г) лизинг
- Д) взаимные визиты, личные контакты специалистов на безвозмездной основе
- Е) торговля лицензиями на товарные знаки, промышленные образцы, ноу-хау

5. Технологический аудит – это

- А) операция объективной оценки потенциала цифровой инновации как объекта коммерциализации
- Б) получение вознаграждения за созданные цифровые технологические новшества
- В) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления

6. Укажите критерии оценки потенциала коммерциализуемости цифровых технологий

- А) наличие рынка
- Б) получение вознаграждения за созданные цифровые технологические новшества
- В) возможность получения не одного, а семейства продуктов или приложений
- Г) совместное решение научно-технических вопросов
- Д) наличие фактических или потенциальных реципиентов цифровой технологии
- Е) наличие себестоимости у коммерческой разработки

7. Укажите критерии оценки потенциала коммерциализуемости цифровых технологий

- А) наличие рынка
- Б) конкурентные преимущества
- В) объективность оценки
- Г) степень подготовленности цифровой технологии к передаче
- Д) наличие цели технологического аудита
- Е) обстановка в деловой сфере региона и страны

8. Отметьте характеристики рынка цифровых технологий

- А) динамика роста рынка
- Б) потребители конкурентов
- В) входные барьеры на рынок
- Г) поставщики конкурентов
- Д) стратегия новых разработок в области цифровых технологий
- Е) независимость реализации разработки в области цифровых технологий от других разработок

9. Укажите характеристики основных конкурентов в области разработки цифровых технологий

- А) динамика роста рынка
- Б) потребители конкурентов
- В) входные барьеры на рынок
- Г) поставщики конкурентов
- Д) стратегия новых разработок в области цифровых технологий
- Е) независимость реализации разработки в области цифровых технологий от других разработок

10. Укажите критерии защищенности идеи в области цифровой технологии

- А) динамика роста рынка
- Б) легкость копирования цифрового продукта конкурентами
- В) входные барьеры на рынок
- Г) возможность обеспечения патентной защиты
- Д) стратегия новых разработок в области цифровых технологий
- Е) независимость реализации разработки в области цифровых технологий от других разработок

11. Укажите характеристики обеспеченности ресурсами процесса создания цифрового продукта

- А) доступ к определенным источникам финансирования
- Б) легкость копирования цифрового продукта конкурентами
- В) возможность разработки цифрового продукта на имеющемся оборудовании
- Г) возможность привлечения необходимого персонала
- Д) стратегия новых разработок в области цифровых технологий
- Е) независимость реализации разработки в области цифровых технологий от других разработок

12. Отметьте условия вхождения нового цифрового продукта на рынок

- А) рынок цифровых продуктов не заполнен
- Б) невозможность блокирования конкурентом поставок необходимых ресурсов
- В) высокие входные барьеры на рынке
- Г) высокие темпы роста рынка цифровых продуктов
- Д) возможность обеспечения патентной защиты

13. К основным источникам сканирования среды относят

- А) данные из оригинальных источников
- Б) публикации
- В) анкетирование
- Г) базы данных
- Д) библиотеки
- Е) мнение экспертов

14. К вторичным источникам сканирования среды относят

- А) данные из оригинальных источников
- Б) публикации
- В) анкетирование
- Г) базы данных
- Д) библиотеки
- Е) мнение экспертов

15. Метод экспертных оценок - это метод прогнозирования развития цифровых технологий, основанный на использовании

- А) персональных интервью
- Б) анкетирования
- В) метода Дельфи
- Г) все перечисленные
- Д) все перечисленные, кроме в

16. Информация, которую желательно знать о конкурентах – производителях цифровых продуктов

- А) виды новой или усовершенствованной продукции конкурентов, а также виды проводимых ими НИОКР, тенденции к изменению технологий, используемых конкурентами
- Б) себестоимость и цены их продуктов, потребители их продукции и основные партнеры
- В) планы расширения их бизнеса
- Г) все перечисленное, кроме «в»
- Д) все перечисленное

17. Укажите методы прогнозирования изменения (развития) цифровых технологий

- А) анализ тенденций
- Б) статистические методы
- В) экспертные оценки
- Г) многопараметрический анализ
- Д) все перечисленные
- Е) все перечисленные, кроме «в»
- Ж) все перечисленные, кроме «г»

Тема № 3. Квалификация преимуществ, обеспечиваемых цифровыми технологиями и создание дополнительной стоимости (ОПК-6: ИОПК-6.3)

1. Выберите верную последовательность процесса разработки нового цифрового продукта

- А) генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – обзор рыночной ситуации – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – экономический анализ – коммерческая реализация
- Б) генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – экономический анализ – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – обзор рыночной ситуации – коммерческая реализация
- В) обзор рыночной ситуации – генерация идей – фильтрация идей – проверка концепции – экономический анализ – разработка цифрового продукта – испытание цифрового продукта – пробный маркетинг – коммерческая реализация

2. Под инновацией понимают

- А) процесс свободной передачи и распространения полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований знаний, опыта, интеллектуальной

собственности посредством информационного обмена, оказания научно-технических услуг, продажи хозяйствующим субъектам для внедрения в производственный процесс

Б) способ преобразования информации, вещества, энергии в процессе производства продукта, обработки и переработки материалов, сборки готовой продукции, контроля качества и управления

В) результат введения и использования новых знаний и переустройства на их основе процессов производства и реализации продуктов

3. К стратегическим цифровым инновациям относят

А) инновации, появление которых носит внезапный и стремительный характер и приносит максимальные выгоды создателю и первообладателю новинки

Б) инновации, кардинально меняющие процесс или содержание человеческой деятельности, реализующие крупные научно-технические решения, не имеющие аналогов в отечественной и мировой практике

В) инновации, значительно меняющие процесс и высвобождающие существенные объемы ресурсов и труда, совершенствующие технологию производства или технико-экономические характеристик уже известных продуктов, не изменяя принципов, лежащих в основе их создания

4. К базисным цифровым инновациям относят

А) инновации, появление которых носит внезапный и стремительный характер и приносит максимальные выгоды создателю и первообладателю новинки

Б) инновации, кардинально меняющие процесс или содержание человеческой деятельности, реализующие крупные научно-технические решения, не имеющие аналогов в отечественной и мировой практике

В) инновации, значительно меняющие процесс и высвобождающие существенные объемы ресурсов и труда, совершенствующие технологию производства или технико-экономические характеристик уже известных продуктов, не изменяя принципов, лежащих в основе их создания

5. По виду специализации организации – цифровые инноваторы делятся на

А) предметные и адресные

Б) специализирующиеся на фундаментальных исследованиях, научно – исследовательских работах, опытно – конструкторских работах, создании опытных образцов, производстве опытных партий или первых серий

В) инноваторы – литеры, инноваторы - последователи

Г) ориентирующиеся на пионерные изобретения, создающие инновации на основе нового способа применения ранее сделанных открытий и изобретений

6. По стадии жизненного цикла организации – цифрового инноватора выделяют следующие виды инновационных стратегий

А) стратегию технологического лидерства, стратегию инновационного маркетинга

Б) стратегию лидерства, стратегию следования за лидером

В) стратегию НИОКР, стратегию внедрения и адаптации цифровых инноваций

Г) активную маркетинговую стратегию, пассивную маркетинговую стратегию

7. По модели поведения организации – цифрового инноватора в новых рыночных условиях выделяют следующие виды инновационных стратегий

А) стратегию технологического лидерства, стратегию инновационного маркетинга

Б) стратегию лидерства, стратегию следования за лидером

В) стратегию НИОКР, стратегию внедрения и адаптации цифровых инноваций

Г) активную маркетинговую стратегию, пассивную маркетинговую стратегию

8. По характеру реализации организацией – цифровым инноватором инновационной стратегии в условиях цифровой трансформации бизнеса выделяют следующие виды стратегий

- А) стратегию технологического лидерства, стратегию инновационного маркетинга
- Б) стратегию лидерства, стратегию следования за лидером
- В) стратегию НИОКР, стратегию внедрения и адаптации цифровых инноваций
- Г) активную маркетинговую стратегию, пассивную маркетинговую стратегию
- Д) информационно – ориентированную стратегию, технологически ориентированную стратегию, стратегию опережающего внедрения инноваций

9. Целью стратегии внедрения и адаптации инноваций является

- А) выработка защитной реакции на влияние факторов внешней среды
- Б) использование конкурентных преимуществ, полученных за счет технологического лидерства
- В) проведение агрессивных маркетинговых действий в рамках реализации инновационной стратегии
- Г) проведение постоянных маркетинговых мероприятий, в том числе включающих инновационные действия

10. Целью инновационной стратегии технологического лидерства является

- А) выработка защитной реакции на влияние факторов внешней среды
- Б) использование конкурентных преимуществ, полученных за счет технологического лидерства
- В) проведение агрессивных маркетинговых действий в рамках реализации инновационной стратегии
- Г) проведение постоянных маркетинговых мероприятий, в том числе включающих инновационные действия
- Д) разработка мероприятий по достижению технологического лидерства в отрасли

Тема № 4. Организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации цифровых технологий (ОПК-4: ИОПК-4.1)

1. Не являются объектами охраны в сфере цифровых технологий

- А) техническое решение в области логистики, относящееся к экспедиции товаров
- Б) математические методы
- В) правила и методы хозяйственной деятельности
- Г) промышленно применимая полезная модель
- Д) художественно-конструкторское решение изделия промышленного производства

2. Не являются объектами охраны в сфере цифровых технологий

- А) техническое решение в области логистики, относящееся к экспедиции товаров
- Б) промышленно применимая полезная модель
- В) решение, касающееся только внешнего вида изделия
- Г) художественно-конструкторское решение изделия промышленного производства
- Д) объекты неустойчивой формы из жидких и сыпучих веществ

3. Нормативным актом для такого объекта авторского права, как программа для ЭВМ, является

- А) Патентный закон
- Б) 4-я часть Гражданского кодекса Российской Федерации
- В) Закон о правовой охране топологий интегральных микросхем

- Г) Закон об авторском праве и смежных правах
- Д) Закон о правовой охране программ для ЭВМ и баз данных
- Е) Закон о коммерческой тайне

4. Нормативным актом для такого объекта авторского права, как база данных, является

- А) Нормативные акты
- Б) 4-я часть Гражданского кодекса Российской Федерации
- В) Закон о правовой охране топологий интегральных микросхем
- Г) Закон об авторском праве и смежных правах
- Д) Закон о правовой охране программ для ЭВМ и баз данных
- Е) Закон о коммерческой тайне

5. Выделите объект патентного права

- А) имеющиеся в НИИ отчеты о результатах выполненных НИР в области цифровых технологий
- Б) микросхемы, разработанные в НИИ в рамках контрактов с другими организациями
- В) сертификат, удостоверяющий соответствие выпускаемой высокотехнологичной продукции государственному стандарту
- Г) полезная модель

6. Выделите объект авторского права

- А) научная теория.
- Б) идея постановки эксперимента
- В) опубликованное в СМИ официальное сообщение
- Г) программа для ЭВМ
- Д) изобретение

7. Укажите случай нарушения патента Российской Федерации на изобретение

- А) без разрешения патентовладельца произведено копирование описания изобретения
- Б) в научном журнале не патентовладелец подробно описал изобретение
- В) в НИИ произведен эксперимент над средством, содержащим данное изобретение
- Г) без разрешения патентовладельца рекламируется продукция, содержащая изобретение
- Д) физическое лицо изготовило средство, содержащее данное изобретение, и использует его в личных целях

8. Укажите неправомерные действия

- А) пользователь произвел модификацию лицензионного экземпляра программы для ЭВМ
- Б) пользователь произвел декомпилирование лицензионного экземпляра программы для ЭВМ
- В) пользователь обнаружил несколько ошибок в приобретенном экземпляре программы для ЭВМ и опубликовал информацию об этом
- Г) пользователь произвел адаптацию лицензионного экземпляра программы для ЭВМ.

9. Что означает лицензия с точки зрения патентного права?

- А) документ, разрешающий производить работы определенного вида
- Б) документ, разрешающий производить услуги определенного вида
- В) документ, выдаваемый патентным ведомством Российской Федерации
- Г) документ, предоставляющий право использования объекта патентного права

10. Заинтересован ли лицензиат в поддержании патента на изобретение в силе после покупки лицензии у лицензиара?

- А) да, заинтересован

- Б) нет, не заинтересован
В) теперь это становится безразличным для лицензиата
11. Выделите коммерческую тайну фирмы
А) сведения, которыми не располагают фирмы - конкуренты
Б) успешно освоенная фирмой технология, запатентованная за рубежом
В) сведения о численности работников фирмы
Г) сведения о налоговых отчислениях фирмы
Д) сведения, которые неизвестны каким - бы то ни было третьим лицам
12. Где нужно регистрировать договор о передаче ноу-хау?
а) у нотариуса
б) в административном учреждении по месту регистрации юридического лица
в) в налоговой инспекции
г) не подлежит регистрации
13. Укажите критерии охраноспособности изобретения
а) существенная новизна и осуществимость
б) возможность использования в какой-либо области науки или техники и новизна
в) неочевидность изобретения и новизна
г) мировая новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость
14. Отметьте сроки действия патента на изобретение, полезную модель, промышленный образец
А) соответственно 15, 10 и 8 лет
Б) соответственно 20, 10 и 15 лет
В) соответственно 25, 15 и 20 лет
15. Что означает выпуск в свет (опубликование) программы для ЭВМ или базы данных?
А) изготовление одного или более экземпляров программы
Б) предоставление экземпляров программы с согласия автора неопределенному кругу лиц
В) предоставление доступа для воспроизведения программы в любой материальной форме
16. Когда возникает авторское право на программу для ЭВМ?
А) после разработки алгоритма программы
Б) после компиляции программы
В) после проведения тестирования программы на предмет отсутствия ошибок
Г) после завершения программы
17. Необходима ли государственная регистрация договора о передаче исключительных прав на программу для ЭВМ или базу данных?
А) регистрировать не нужно
Б) конечно; такое же правило действует для объектов патентного права
В) необходимо просто проинформировать о передаче исключительных прав Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности
18. Что означает понятие отчуждения исключительного права на изобретение?
А) передача лицензиаром исключительного права лицензиату
Б) аннулирование патента на изобретение федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности
В) лишение этого права по причине не использования изобретения в течение четырех лет

Г) лишение этого права в случае обнаружения актов недобросовестной конкуренции при использовании изобретения

19. Укажите определение полезной модели

- А) модель, способная удовлетворить возникшую потребность в любой области науки, техники, здравоохранения
- Б) модель, имеющая ряд преимуществ перед другими известными моделями.
- В) устройство, охраняемое патентом
- Г) устройство, в связи с разработкой которого на предприятии оформлен акт испытаний, подтвердивший ее эффективность в производстве

20. Что такое права, смежные с авторскими?

- А) права, возникающие у покупателя при приобретении произведения изобразительного искусства
- Б) права, возникающие у покупателя при приобретении произведения скульптурного искусства
- В) права редактора литературного произведения
- Г) интеллектуальные права на содержание баз данных
- Д) права составителя подстрочных примечаний к литературному произведению

21. Что означает «исключительное право патентообладателя»?

- А) право авторства
- Б) право автора на имя
- В) право на неприкосновенность объекта патентного права
- Г) право использования объекта патентного права любым не противоречащим закону способом
- Д) право использования объекта авторского права, охраняемого патентом (например, операционной системы для ЭВМ)

22. Укажите объекты интеллектуальной собственности, которым предоставляется охрана на основе процедуры регистрации

- А) объекты авторского права
- Б) объекты прав, смежных с авторскими
- В) объекты патентного права

23. Укажите объекты интеллектуальной собственности, которым предоставляется охрана без процедуры регистрации

- А) объекты авторского права
- Б) объекты прав, смежных с авторскими
- В) объекты патентного права

24. К средствам индивидуализации относятся

- А) полезные модели
- Б) промышленные образцы
- В) базы данных
- Г) знаки обслуживания
- Д) наименования мест происхождения блага

25. Полезность объекта интеллектуальной собственности, главным образом, определяется:

- А) новизной результатов интеллектуальной деятельности
- Б) потребительскими характеристиками, лежащими в основе результатов интеллектуальной деятельности

В) защищенностью результатов интеллектуальной деятельности

Тема № 5. Маркетинговый инструментарий, используемый в процессе коммерциализации цифровых технологий (ОПК-4: ИОПК-4.2)

1. Что считается маркетинговыми исследованиями?
 - А) исследования, которые проводятся маркетинговыми методами
 - Б) исследования существующих рекламных публикаций по определённой цифровой разработке
 - В) исследования рынка с целью определения возможностей реализации на нём цифровой разработки

2. Обработка существующей вторичной информации - это
 - А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования

3. Какие патентно-информационные исследования как вариант маркетинговых исследований позволяют осуществить позиционирование объекта цифровой инновации прогнозирование развитие характеристик объекта цифровой инновации?
 - А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования

4. Сбор и обработка текущих данных специально для конкретной маркетинговой задачи - это
 - А) полевые исследования
 - Б) кабинетные исследования
 - В) количественные исследования
 - Г) качественные исследования

5. Что считается «кабинетными маркетинговыми исследованиями»?
 - А) исследования, которые проводятся в служебных кабинетах
 - Б) исследования, которые проводятся в библиотеках
 - В) исследования, которые предполагают обработку уже существующей вторичной информации, т.е. информации, уже опубликованной в открытых или закрытых источниках

6. Что относится к «полевым маркетинговым исследованиям»?
 - А) маркетинговые исследования, которые проводятся в поле, т.е. на открытом пространстве
 - Б) маркетинговые исследования, которые осуществляются путём опроса потенциальных потребителей цифровых технологий
 - В) сбор и обработка текущих данных, основанные на первичной информации, то есть на только что полученных данных для решения конкретной исследуемой проблемы

7. Что такое «патентно-информационные исследования»?
 - А) отбор патентной информации по тематике определённой разработки
 - Б) анализ отобранной информации по тематике определённой разработки

В) поиск, отбор, анализ и синтез описаний отечественных и зарубежных изобретений, а также патентной, научно-технической, экономической, конъюнктурной, правовой информации с целью решения научно-технических и коммерческих задач

8. Каким документом регламентируется проведение патентно-информационных исследований?

- А) соответствующими положениями, которые разрабатываются в конкретной организации
- Б) государственным стандартом Российской Федерации
- В) указаниями руководителя подразделения, непосредственно заинтересованного в проведении таких исследований

9. С чего нужно начинать проведение патентно-информационных исследований?

- А) с определения соответствующих баз данных
- Б) с составления плана таких исследований
- В) с формулирования выводимого на рынок объекта, которым будет являться инновационная цифровая разработка

10. На что нужно обратить внимание при формулировании выводимого на рынок объекта?

- А) объект должен представлять собой законченное техническое решение, а не его идею
- Б) на правильность описания объекта
- В) на полноту описания объекта

11. Какие источники информации можно использовать для проведения патентно-информационных исследований?

- А) только патентную информацию
- Б) любые источники, включая и устные
- В) только те источники информации, на которые можно сделать официальную ссылку

12. Укажите основные источники патентной информации

- А) монографии и обзоры
- Б) реферативный журнал ВИНТИ
- В) как полные описания изобретений, так и рефераты изобретений
- Г) конъюнктурная информация
- Д) научные и научно-популярные журналы

13. Укажите основные источники не патентной информации

- А) научные и научно-популярные журналы
- Б) реферативные журналы ВИНТИ
- В) тематические или отраслевые периодические журналы; отчёты НИРОКР; промышленные каталоги; рекламные проспекты и рекламные публикации
- Г) полные описания изобретений

14. С отбора какой информации следует начинать проведение патентно-информационных исследований?

- А) с отбора патентной информации
- Б) с отбора не патентной информации
- В) с отбора рекламной информации

15. Регламент поиска составляется для того, чтобы определить

- А) какие виды патентной информации будут использованы при проведении патентно-информационных исследований

- Б) какие виды не патентной информации будут использованы при проведении патентно-информационных исследований
В) программу, проведение поиска по фондам патентной и другой научно-технической, в том числе конъюнктурно-экономической информации

16. Выберите верный порядок возрастания стадии жизненного цикла цифрового продукта

- а) рост – выведение – зрелость – упадок
- б) зрелость – упадок – выведение – рост
- в) выведение – рост – зрелость – упадок

17. Для определения брешей на рынке используют

- А) SWOT-анализ
- Б) GAP-анализ
- В) ABC-анализ

18. Экономический анализ идей должен включать

- А) прогнозы спроса
- Б) прогнозы издержек
- В) оценку конкуренции
- Г) оценку требуемых инвестиций
- Д) оценку прибыльности
- Е) фильтрацию идей
- Ж) все из перечисленного
- З) все из перечисленного, кроме е

19. Какой из перечисленных ниже маркетинговых инструментов является наиболее подходящим для продвижения нового цифрового продукта

- А) реклама на телевидении
- Б) прямые продажи
- В) реклама на радио
- Г) размещение наружной рекламы
- Д) проведение конкурсов

20. Способы пробного маркетинга как средства для оценки цифрового продукта имеют следующие недостатки

- А) отрывочность
- Б) недостаточная эффективность
- В) высокая стоимость
- Г) низкое освещение в СМИ
- Д) все из перечисленного кроме г
- Е) ничего из перечисленного

21. Массовый маркетинг - это

- А) привлечение покупателей, ориентированность на конкретного покупателя
- Б) упор на масштабность, охват выгодных покупателей
- В) массовое производство, стандартизированный товар

22. Индивидуальный маркетинг - это

- А) удержание покупателей, доля на рынке
- Б) анонимность покупателей, двунаправленность сообщения о товаре
- В) упор на глубину охвата, создание индивидуальных стимулов к покупке

Тема № 6. Содержание бизнес-планирования и инструменты, используемые в процессе коммерциализации цифровых технологий (ОПК-8: ИОПК-8.3)

1. Источниками заемного финансирования цифровых инноваций являются
 - А) уставной капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) субсидии
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) гранты
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций

2. Источниками долевого финансирования цифровых инноваций являются
 - А) венчурный капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) субсидии
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) бизнес-ангелы
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций

3. Источниками самофинансирования цифровых инноваций являются
 - А) венчурный капитал
 - Б) облигационные займы
 - В) уставной капитал
 - Г) коммерческий кредит
 - Д) 3 F: family, friends, fools
 - Е) размещение конвертируемых акций и облигаций

4. Отметьте критерии, связанные непосредственно с цифровым продуктом, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий
 - А) сложность внедрения
 - Б) правовая защита
 - В) объем и характеристика рынка цифровых технологий
 - Г) опыт реализации аналогичных проектов
 - Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
 - Е) конкурентоспособность создаваемого цифрового продукта

5. Отметьте критерии, связанные с маркетингом цифрового продукта, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий
 - А) сложность внедрения
 - Б) потенциальная доля рынка цифровых технологий
 - В) объем и характер рынка цифровых технологий
 - Г) опыт реализации аналогичных проектов
 - Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
 - Е) конкурентоспособность создаваемого цифрового продукта

6. Отметьте критерии, связанные с организационным опытом разработчиков, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий
 - А) сложность внедрения
 - Б) потенциальная доля рынка цифровых технологий

- В) объем и характер рынка цифровых технологий
- Г) опыт реализации аналогичных проектов
- Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
- Е) конкурентоспособность создаваемого цифрового продукта

7. Отметьте критерии, связанные с экономическим потенциалом проекта, которые используются при проведении экономической экспертизы проектов коммерциализации цифровых технологий

- А) срок окупаемости проекта
- Б) потенциальная доля рынка цифровых технологий
- В) объем и характер рынка цифровых технологий
- Г) опыт реализации аналогичных проектов
- Д) достоверность анализа основных видов рисков при реализации проекта
- Е) степень превышения внутренней нормы доходности проекта действующей ставки рефинансирования

10. Размытое определение целей проекта, нечеткость формулировки «продукта» проекта являются характерными недостатками

- А) презентации бизнес-плана
- Б) содержательной части бизнес-плана
- В) в оформлении бизнес-плана

Тема № 7. Источники информации для анализа рынка цифровых технологий (ОПК-8: ИОПК-8.1)

1. Предметом поиска патентной информации для анализа рынка цифровых технологий могут быть

- А) стадия жизненного цикла объекта патентования
- Б) технология создания цифрового продукта
- В) области возможного применения цифрового продукта
- Г) тема патентных исследований
- Д) вывод цифровой инновации на рынок
- Е) конкурентоспособность цифрового продукта

2. При проведении патентных исследований, направленных на определение тенденций развития конкретной области цифровых технологий в целом, принимается во внимание периодичность процессов развития исследуемой области ориентировочно

- А) 5-10 лет
- Б) 20-25 лет
- В) последние 3 года
- Г) все ответы верны

3. Поиск патентной информации характеризуется

- А) ретроспективностью
- Б) широтой
- В) рациональностью
- Г) новизной
- Д) глубиной

4. Критериями отбора информации для определения новизны технических цифровых решений служат

- А) сходство достигаемого при использовании результата

- Б) коммерциализуемость
- В) сходство технической сущности
- Г) капитализируемость
- Д) уровень внедрения
- Е) активность научно-технических публикаций

5. К методам активного исследования рынка цифровых технологий относятся

- А) поиск информации в Яндекс
- Б) поиск информации в отечественной патентной базе
- В) деловая переписка по электронной почте с авторами публикаций, производителями и потребителями цифровых продуктов
- Г) посещение форумов и порталов

6. «Упаковкой» цифровой технологии называют

- А) систематический поиск цифровых технологий с большим коммерческим потенциалом
- Б) участие в переговорах по передаче цифровой технологии
- В) участие в подготовке соглашения по передаче цифровой технологии
- Г) подготовка цифровых технологий к предъявлению потенциальному потребителю

7. Соглашение, на основе которого осуществляют свою деятельность технологические брокеры, обязательно содержит

- А) условия снижения барьеров для транснационального трансфера
- Б) условия эксклюзивности
- В) условия увеличения осведомленности сторон о состоянии рынков
- Г) условия конфиденциальности
- Д) условия «двойного брокерства»