

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садиева Марина Станиславовна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 26.05.2025 16:03:46

Уникальный программный ключ:

dfadd478b96da38f4770fc03fd2ef012a433f139

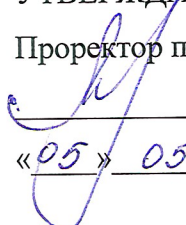
МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД

 М. С. Садиева

«05» 05 2025 г.

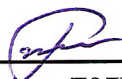
**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
(ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ)**

«Проектная методология для работы со студенческими стартапами»

Томск 2025

**Разработчики дополнительной профессиональной программы
(программы повышения квалификации):**

Декан технологического
экономического факультета
ТГПУ, к.б.н., доцент



подпись

Колесникова Елена Владимировна

ФИО

1. Арышева Галина Владиславовна, к.т.н., директор Бизнес-инкубатора социальных инноваций и социального предпринимательства ТГПУ
2. Богак Татьяна Васильевна, старший преподаватель кафедры проектного менеджмента ТЭФ ТГПУ.
3. Кузнецов Павел Михайлович, к.филол.н., доцент кафедры проектного менеджмента ТЭФ ТГПУ.
4. Варлачёва Татьяна Борисовна, к.э.н., доцент кафедры профессионального обучения, технологии и дизайна
5. Копытова Анастасия Игоревна, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики и предпринимательства ТЭФ ТГПУ.
6. Окушко Ксения Эдуардовна, старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства ТЭФ ТГПУ.
7. Нестерова Оксана Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры экономики и предпринимательства ТЭФ ТГПУ.

Согласовано:

Директор НБ ТГПУ
им. А.М. Волкова

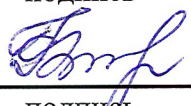


подпись

Я. Ю. Остапенко

ФИО

Директор ЦДОРК



подпись

Н. А. Федорова

ФИО

1. Общая характеристика ДПП (программы повышения квалификации)

1.1. Цель реализации программы: совершенствование и (или) получение новых компетенций в области проектной методологии для работы со студенческими стартапами, а также выведение на рынок собственных исследований и разработок в эпоху технологического суверенитета Российской Федерации.

1.2. Планируемые результаты обучения:

Категория слушателей	Профессорско-преподавательский состав высшего образования: ассистент, преподаватель, старший преподаватель, доцент.
Единый квалификационный справочник	Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» (зарегистрирован в Минюсте РФ 23.03.2011 г. № 20237, утвержден Приказом Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 № 1н).
Должностные обязанности по ЕКС	Ассистент, преподаватель, старший преподаватель: Организует и проводит учебную и учебно-методическую работу по преподаваемой дисциплине или отдельным видам учебных занятий. Принимает участие в организации научно-исследовательской работы обучающихся (студентов, слушателей). Доцент: Осуществляет планирование, организацию и контроль учебной, воспитательной и учебно-методической работы по курируемым дисциплинам. Ведет все виды учебных занятий, руководит курсовыми и дипломными проектами и научно-исследовательской работой обучающихся (студентов, слушателей). Участвует в пропаганде научно-технических, социально-гуманитарных, экономических и правовых знаний.
Знать	- законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации по вопросам высшего образования, в том числе нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и развития технологического предпринимательства; - методы и способы использования образовательных технологий, в том числе проектно-исследовательских.

Категория слушателей	Профессорско-преподавательский состав высшего образования: ассистент, преподаватель, старший преподаватель, доцент, научные работники
Федеральный закон	– Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» (вместе с «Концепцией технологического развития на период до 2030 года»); – Распоряжение Правительства РФ от 14.12.2021 № 3581-р «Об утверждении Долгосрочной программы содействия занятости молодежи на период до 2030 года»; – Распоряжение Правительства РФ от 06.10.2021 № 2816-р (ред. от 14.03.2022) «Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года»; – Письмо Министерства науки и высшего образования от 28.03.2022 № МН-11/542 «О направлении Концепции построения и развития экосистемы молодежного предпринимательства в системе высшего образования»
Знать	– нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и экосистему развития технологического предпринимательства; – особенности создания эффективной команды и управления конфликтами; – основные понятия, виды и методы стартап-проектирования: проект, продукт, целевая аудитория, гипотеза, ценностное предложение для клиента, минимально жизнеспособный продукт, прототип, Customer Development,

	бизнес-модель, юнит-экономика, воронка продаж, конверсия, бренд, взлом роста, лендинг, краудфандинг, бизнес-ангел, «умные деньги», стартап-студии; – интернет-источники по предоставлению инвестиций для реализации проекта.
Уметь	– работать в команде; – определять целевую аудиторию, ее проблему; – формулировать стратегические и тактические гипотезы; – формулировать конкретные цели и задачи, составлять дорожную карту проекта; – оценивать рынок продукта, конкурентов; – составлять вопросы для проведения интервью и разработать анкету для опроса; – разрабатывать бизнес-модель продукта; – определять доходы и расходы проекта, воронку продаж, рассчитывать юнит-экономику; – разрабатывать название, логотип, слоган и одностраничный сайт проекта; – формулировать запросы на необходимые меры поддержки; – составлять и эффективно преподносить презентацию по проекту для инвесторов.

1.3. Категория слушателей: профессорско-преподавательский состав высшего образования: ассистент, преподаватель, старший преподаватель, доцент.

1.4. Срок освоения программы: 72 часа.

1.5. Форма обучения: очно-заочная, в том числе с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

1.6. Режим занятий: не более 4 часов в день, включая все виды учебной работы слушателя.

2. Содержание программы

2.1. Рабочий учебный план

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1	Раздел 1. Нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и развития технологического предпринимательства	6		2	4	зачет: тестирование
2	Раздел 2. Особенности командообразования	7		3	4	зачет: тестирование
3	Раздел 3. Этапы создания минимально-жизненного продукта	9		4	5	зачет: тестирование
4	Раздел 4. Развитие рынка. Оценка рынка. Анализ конкурентов	12		4	8	зачет: тестирование
5	Раздел 5. Бизнес-моделирование	6		2	4	зачет: тестирование
6	Раздел 6. Маркетинг стартапа	11		4	7	зачет: тестирование
7	Раздел 7. Финансы и юнит-экономика	7		3	4	зачет: тестирование
8	Раздел 8. Привлечение инвестиций	6		2	4	зачет: тестирование
9	Раздел 9. Презентация и публичные	6		2	4	зачет:

	выступления для привлечения инвестора					тестирование
10	Итоговая аттестация	2		2		защита итоговой аттестационной работы
ИТОГО:		72		28	44	

2.2. Календарный учебный график

Календарный учебный график содержит последовательность видов учебной деятельности, форм аттестации, конкретизирует режим занятий в период обучения, отражая особенности конкретного учебного периода. Представлен отдельным документом – Приложение 1.

2.3. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1.	Раздел 1. Нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и развития технологического предпринимательства	6		2	4	зачет: тестирование
1.1	Технологический суверенитет РФ и технологическое предпринимательство	3		1	2	
1.2	Инновационная экосистема РФ	3		1	2	
2	Раздел 2. Особенности командообразования	7		3	4	зачет: тестирование
2.1	Создание команды. Роли в команде. Управление командой.	3		1	2	
2.2	Командная диагностика. Повышение эффективности работы команд	4		2	2	
3	Раздел 3. Этапы создания минимально-жизненного продукта	9		4	5	зачет: тестирование
3.1	Проект, продукт и прототип	1			1	
3.2	Целевая аудитория	4		2	2	
3.3	Гипотеза и ее виды	2		1	1	
3.4	Ценностное предложение для клиента	2		1	1	
4	Раздел 4. Развитие рынка. Оценка рынка. Анализ конкурентов	12		4	8	зачет: тестирование
4.1	Оценка рынка. Метод TAM, SAM, SOM.	5		1	4	
4.2	Анализ конкурентов. Почему конкуренты – это хорошо	3		1	2	
4.3	Развитие рынка. Интервью о проблеме. Интервью о решении	4		2	2	
5	Раздел 5. Бизнес-моделирование	6		2	4	зачет: тестирование
5.1	Понятие, сущность, виды бизнес-моделирования	6		2	4	
6	Раздел 6. Маркетинг стартапа	11		4	7	зачет: тестирование
6.1	Маркетинг и продвижение продуктов	2			2	
6.2	Формирование бренда стартапа. От	5		2	3	

	стратегии к тактике					
6.3	Пиар в стартапе. Как использовать контент для продвижения идеи, стартапа, команды	4		2	2	
7	Раздел 7. Финансы и юнит-экономика	7		3	4	зачет: тестирование
7.1	Финансы: доходы, расходы, прибыль, убыток. Основные формулы расчетов.	4		2	2	
7.2	Юнит-экономика: ключевые понятия и формулы расчета	3		1	2	
8	Раздел 8. Привлечение инвестиций	6		2	4	зачет: тестирование
8.1	Институты развития. Программы развития. Меры поддержки	6		2	4	
9	Раздел 9. Презентация и публичные выступления для привлечения инвестора	6		2	4	зачет: тестирование
9.1	Сущность презентации и публичных выступлений	3		1	2	
9.2	Организационные, технические, психологические аспекты подготовки к выступлению перед аудиторией	3		1	2	
10	Итоговая аттестация	2		2		Защита итоговой аттестационной работы

2.4. Рабочая учебная программа

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
Раздел 1. Нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и развития технологического предпринимательства		
1.1.	Технологический суверенитет РФ и технологическое предпринимательство	<i>Самостоятельная работа:</i> Технологический суверенитет РФ: понятие, особенности, история. Отрасли проекта технологического суверенитета и его механизм. Национальная технологическая инициатива (НТИ): понятие, цели и задачи, принципы, матрица и механизм, рынки, особенности, критерии-требования к рынкам НТИ. Национальные приоритеты в сфере рынков НТИ Технологическое предпринимательство: понятие, история, элементы, особенности. Специфика деятельности, связанная с технологическим предпринимательством. Этапы процесса создания технологического стартапа. Источники финансирования стартапа. Федеральный проект «Платформа университетского технологического предпринимательства» («ПУТП»): цели, задачи, ключевые показатели, мероприятия федерального проекта. Отличие разных форматов развития стартапов. Взаимосвязь мероприятий и бесшовность. <i>Практические занятия:</i> Анализ нормативной правовой базы и статистических данных по развитию технологического суверенитета РФ и рынкам НТИ.
1.2.	Инновационная экосистема РФ	<i>Самостоятельная работа:</i> Национальная инновационная система: понятие, элементы, структура. Инновационная экосистема РФ: цели и задачи, принципы и создание, подсистемы и механизмы, инфраструктура развития. Признаки экосистемы бизнеса. Экосистема НТИ. Меры поддержки. Преимущества экосистемы развития технологического предпринимательства НТИ для клиентов, компаний.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		<i>Практические занятия:</i> Анализ официальных интернет-источников НТИ, федерального проекта «ПУТП» и других элементов инфраструктуры экосистемы развития технологического предпринимательства в РФ.
Раздел 2. Особенности командообразования		
2.1	Создание команды. Роли в команде. Управление командой	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие создание и построение команды. Особенности создания команды. Виды ролей в команде. Особенности каждой роли. Понятие управление командой. Критерии эффективного управления командой. Алгоритм управления командой. <i>Практические занятия:</i> Определение своей роли различными методами. Анализ ролей выполняемых в течение дня. Определение возможной своей роли в командном проекте.
2.2	Командная диагностика. Повышение эффективности работы команд	<i>Самостоятельная работа:</i> Командная диагностика: понятие, механизм, модели. Повышение эффективности работы команд: понятие, виды. Методы коллективной работы над проектом (Agile, Scrum, Kanban, Waterfall, Lean, Six Sigma, Brainstorming, Mind Mapping). Понятие, виды конфликтов и мотивации, методы их разрешения при командной работе. <i>Практические занятия:</i> Тренинг по командообразованию. Командообразование по разным критериям (по интересам рынка НТИ, по ролям, по местоположению (географическому / профессиональному обучающихся). Определение проблемы и постановка цели проекта (по возможности).
Раздел 3. Этапы создания минимально-жизненного продукта		
3.1	Проект, продукт и прототип	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие проект и продукт. Отличия проекта от продукта. Жизненный цикл продукта. Цепочка создания продукта. Минимально жизненный продукт (MVP) и прототип: понятие виды, особенности.
3.2	Целевая аудитория	<i>Самостоятельная работа:</i> Целевая аудитория: понятие, виды. Лица, принимающее решение о покупке. Методы классификации клиентов (ABCDX сегментация). Лицо принимающее решение и лицо действительно принимающее решение. Модели взаимодействия бизнеса с заказчиками. <i>Практические занятия:</i> Анализ целевой аудитории по ABCDX сегментации.
3.3	Гипотеза и её виды	<i>Самостоятельная работа:</i> Гипотеза: понятие, виды. Гипотеза о проблеме, о сегменте. Стратегические и тактические гипотезы. <i>Практические занятия:</i> Формулирование тактических и стратегических гипотез по проекту.
3.4	Ценностное предложение для клиента	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятия ценностное предложение, цена и ценность продукта. Разработка ценностного предложения: понятие, инструменты и методы. <i>Практические занятия:</i> Формулирование ценностных предложений для клиентов.
Раздел 4. Развитие рынка. Оценка рынка. Анализ конкурентов		
4.1	Оценка рынка. Метод TAM, SAM, SOM	<i>Самостоятельная работа:</i> Оценка рынка: цель и задачи, показатели оценки. Зачем стартапу оценивать объем рынка? Четыре вида и роль оценки рынка: PAM, TAM, SAM, SOM. Методы расчета PAM, TAM, SAM, SOM. Где брать информацию для оценки объема рынка? Пример расчета PAM, TAM, SAM, SOM. Описание рынка. Примеры обзора рынка. <i>Практические занятия:</i> Оценка рынка разрабатываемого проекта/продукта: TAM, SAM и SOM. Анализ развития рынка для разрабатываемого проекта/продукта.
4.2	Анализ конкурентов.	<i>Самостоятельная работа:</i> Для чего анализируем конкурентов?

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	Почему конкуренты – это хорошо.	Понятие анализ конкурентов и конкурентный анализ. Виды конкурентов (прямые, косвенные, альтернативные). Как проводить анализ конкурентов? Возможный перечень параметров для анализа конкурентов. Примеры анализа конкурентов. Где искать информацию для анализа? Особенности создания конкурентного преимущества. <i>Практические занятия:</i> Анализ конкурентов прямых и косвенных, альтернативных. Формирование конкурентных преимуществ вашего продукта.
4.3	Развитие рынка. Интервью о проблеме. Интервью о решении	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие развитие рынка (Customer Development) и зачем он нужен. Что такое исследование и развитие отношений с клиентами Методология развития рынка. Полный цикл Customer development. Интервью о проблеме: структура анкеты, анализ интервью. Структура анкеты. Пример вопросов Поиск нового клиентского сегмента. Интервью о решении. <i>Практические занятия:</i> Составление списка вопросов (не менее 8-15) для проведения интервью по технологии Customer Development. Разработать анкету для опроса.
Раздел 5. Бизнес-моделирование		
5.1	Понятие, сущность, виды бизнес-моделирования.	<i>Самостоятельная работа:</i> Что такое бизнес-модель и зачем она нужна. Отличие бизнес-модели от бизнес-плана. Понятие дизайн бизнес-модели. Методы бизнес-дизайна (принципы построения бизнес-модели). Виды бизнес-моделей. Шаблон бизнес-модели (структурные блоки бизнес-модели). Блоки шаблона бизнес-модели Остервальдера. <i>Практические занятия:</i> прототипа бизнес-модели проекта, стартапа (возможно вымышленного) бизнеса, используя шаблон.
Раздел 6. Маркетинг и продвижение продуктов. PR в стартапе. Формирование бренда стартапа		
6.1	Маркетинг и продвижение продуктов	<i>Самостоятельная работа:</i> Маркетинг в стартапе: понятие и особенности. Эффективный маркетинг. Стратегии Майкла Портера, Филипа Котлера. Классификация потребителей нового продукта. Амбассадор бренда. Конкурентоспособность инновационного проекта (стартапа) или почему клиент должен купить ваш продукт. Встраивание маркетинга в продукт (growth hacking). Взлом роста. Конверсия. Инструменты маркетинга: нетворкинг, специальные платформы, сайт, тематические сми, реклама, контент, соцсети, партнерский маркетинг.
6.2	Формирование бренда стартапа. От стратегии к тактике	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятия бренд и брендинг. Когда стартапу нужен бренд? Бренд стартапа. Этапы брендинга стартапа. Создание слогана. Нейминг. Приемы, помогающие придумать название. Критерии хорошего нейминга. Особенности разработки фирменного стиля. Критерии разработки логотипа. Айдентика бренда. <i>Практические занятия:</i> Разработка названия, логотипа и слогана проекта.
6.3	Пиар в стартапе. Как использовать контент для продвижения идеи, стартапа, команды	<i>Самостоятельная работа:</i> Пиар: понятие, виды. Необходимость и результат пиара. Что можно и нужно пиарить? Каналы для продвижения. Стратегия пиара. Этапы пиар-кампании. Аналитика. Виды пиар-статей. Требования к тексту пиара. <i>Практические занятия:</i> Разработка лендинга проекта.
Раздел 7. Финансы и UNit-экономика. Построение воронки продаж		
7.1	Финансы: доходы, расходы, прибыль, убыток. Основные формулы расчетов.	<i>Самостоятельная работа:</i> Основные дефиниции финансов: доходы, расходы, выручка, прибыль – понятие и виды. Активы и пассивы: понятие и виды. Амортизация. Собственные и заемные средства: понятие и виды. Балансовая модель. <i>Практические занятия:</i> Определение расходов и доходов проекта. Расчет прибыли.
7.2	Юнит-экономика:	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие юнит и юнит-экономика. Метрики

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	ключевые понятия и формулы расчета.	юнит-экономики: выручка, затраты на каждую продажу, валовая прибыль с единичной продукции, затраты на маркетинг, маржинальная прибыль, постоянные расходы, инвестиции, прибыль до вычета налогов и амортизации. Когортный анализ, анализ метрик и принятие решений. Понятие конверсия, воронка продаж, когорты. Затраты на привлечение пользователя. Особенности продаж на разных рынках взаимодействия бизнеса с заказчиками (b2b, b2c, b2g). <i>Практические занятия:</i> Расчет юнит-экономики стартапа по шаблону. Расчет воронки продаж.
Раздел 8. Привлечение инвестиций		
8.1	Институты развития. Программы развития. Меры поддержки.	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие стартап-инвестиции. Источники инвестиций (участники инвестирования). Стадии жизненного цикла стартапа с точки зрения привлечения инвестиций. Раунды инвестирования. Шаги по привлечению инвестиций. Как привлечь внимание инвесторов. Как инвесторы оценивают стартап. <i>Практические занятия:</i> Анализ запросов по разрабатываемому проекту (стартапу), определение возможных источников финансирования. Написание заявки на грант (паспорт проекта).
Раздел 9. Презентация и публичные выступления для привлечения инвестора		
9.1	Сущность презентации и публичных выступлений	<i>Самостоятельная работа:</i> Понятие, виды, особенности презентации и питча. Формула питча. Оформление, структура и основные элементы презентации. Сторителлинг. <i>Практические занятия:</i> Разработка, доработка презентации проекта по шаблону.
9.2	Организационные, технические, психологические аспекты подготовки к выступлению перед аудиторией	<i>Самостоятельная работа:</i> Внешний вид оратора. Анализ публички для эффективного выступления. Характеристика речи во время выступления. Невербальные средства взаимодействия с аудиторией. Организационные, технические, психологические аспекты подготовки к выступлению. Страхи выступления и борьба с ними. Ответы на вопросы. Эффектность и эффективность презентации. Ошибки в презентациях. Что делать после питча. Анализ качества выступления. Примеры лучших питчей. Вопросы стартапу. <i>Практические занятия:</i> Тренинг по подготовке к питчам.

3. Формы аттестации и оценочные материалы

3.1. Форма промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предусмотрена в виде онлайн-тестирования по каждому разделу, содержит по 5 вопросов по материалам тем раздела.

Критерии оценивания онлайн-тестирования:

Оценка «Зачтено» ставится по итогам тестирования, если получено 3 и более баллов из 5.

Оценка «Не зачтено» ставится по итогам тестирования, если получено менее 3 баллов из 5.

Длительность промежуточной аттестации – 0,3 академических часа.

3.2. Форма итоговой аттестации

Итоговая аттестация по итогам освоения программы повышения квалификации проводится в виде защиты итоговой работы. Максимальное количество баллов по итоговой работе 60. По каждому из 12 критериев можно получить максимально 5 баллов.

Оценка «Зачтено» ставится по результатам защиты итоговой работы, если получено 36 и более баллов из 60.

Оценка «Не зачтено» ставится по результатам защиты итоговой работы, если получено менее 36 баллов.

Критерии оценивания итоговой работы:

Критерии	Качества				
	Минимальный ответ (результат) Уровень: 0 Баллы: 2	Изложенный, раскрытый ответ (результат) Уровень: 1 Баллы: 3	Законченный, полный ответ (результат) Уровень: 2 Баллы: 4	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ (результат) Уровень: 3 Баллы: 5	Оценка
Оформление презентации					
Оформлен ие презентац ии	Презентация выдержана в едином стиле, но отсутствует структура (введение, основная часть, заключение), разная цветовая гамма (использовано более 3 цветов), данные представлены в виде текста мелкого шрифта (№ 18).	Презентация выдержана в едином стиле, с введением, основной частью и заключением, но в разной цветовой гамме (использовано более 3 цветов), данные представлены в виде текста мелкого шрифта (№ 18).	Презентация выдержана в едином стиле, с введением, основной частью и заключением, данные представлены в виде текста мелкого шрифта (№ 18), присутствуют таблицы, графики, схемы.	Презентация выдержана в едином стиле, с введением, основной частью и заключением, данные представлены в табличном и графическом виде, крупный шрифт (№ 25-30).	
Грамотнос ть	Четыре или больше ошибок правописания и/или грамматические ошибки.	Три ошибки правописания и/или грамматически е ошибки.	Есть не более двух ошибок правописания и/или грамматических ошибок.	Нет ошибок правописания и/или грамматических ошибок	
Качество проработки проектного предложения					
Анализ целевой аудитории и ее проблем	Целевая аудитория, проблема описаны общими словами или слишком широко	Целевая аудитория четко сегментирова на, есть конкретные характеристик и и конкретная проблема	Указаны конкретные качественные характеристики целевой аудитории и ее проблемы: на что в жизни или бизнес- процессах/произво дственном процессе клиента влияет проблема или количественные – сколько времени, денег, усилий сейчас теряет /тратит клиент для решения проблемы	Указаны конкретные качественные характеристики целевой аудитории и ее проблемы: на что в жизни или бизнес- процессах/производст венном процессе клиента влияет проблема или количественные – сколько времени, денег, усилий сейчас теряет/тратит клиент для решения проблемы с указанием источника информации	
Бизнес- модель	Бизнес-модель не представлена	Бизнес-модель представлена общими словами и	Бизнес-модель детализирована, но требуются пояснения для	Бизнес-модель детализирована, с понятной монетизацией	

		фразами	понимания механизма монетизации		
Конкурентный анализ продукта (услуги)	Конкурентный анализ не представлен	Конкурентный анализ представлен только перечнем конкурентов	Представлен сравнительный анализ конкурентов по 3-5 параметрам	Представлен сравнительный анализ конкурентов по 3-5 параметрам, описаны конкурентные преимущества разрабатываемого проекта/услуги	
Дорожная карта проекта	Дорожная карта описана общими словами или слишком широко без конкретных дат	Дорожная карта описана по годам	Дорожная карта описана с конкретными датами (месяц, год)	Дорожная карта описана с конкретными датами (число, месяц, год)	
Запрос на необходимые меры поддержки	Запросы не представлены	Запросы описаны общими словами или слишком широко	Запросы представлены с конкретными характеристиками, количеством	Запросы представлены с конкретными характеристиками, количеством и указанием конкретного источника приобретения оборудования/необходимых материалов и т.п., а также источников финансирования	
Защита проекта					
Средства представления	Не использовались.	Представленная информация слабо связана с темой проекта	Представленная информация связана с темой проекта	Представленная информация подкрепляет представляемую информацию.	
Регламент	Выступление превышает регламент более чем на 3 минуты или выступление очень короткое до 2 минут.	Выступление превышает регламент более чем на 2 минуты	Выступление превышает регламент не более чем на 1 минуту	Выступление соответствует регламенту (3-4 минуты) или завершено немного ранее	
Представление	Бормотание, тихая речь.	Трудность в восприятии информации, тихая речь.	Изложение информации четкое и ясное.	Точное и ясное представление информации, установлен контакт с аудиторией, подлинный интерес аудитории и к теме, и к манере изложения, активное участие аудитории через вопросы и ответы	

Организац ия	Аудитория не может понять выступающего, потому что нет никакой последовательности представляемой информации.	Аудитории трудно следить за презентацией, потому что слушатель перескакивает с одного на другое.	Слушатель представляет информацию в логической последовательности, за которой может следовать аудитория.	Слушатель представляет информацию в точной, логической, интересной Последовательность, за которой следует аудитория.	
Знание	У слушателя нет понимания информации; слушатель не может ответить на вопросы по теме работы.	Слушатель не владеет информацией и в состоянии ответить только на элементарные вопросы.	Слушатель хорошо разбирается с содержанием, но затрудняется уточнить информацию.	Слушатель демонстрирует полное знание и более чем необходимое с объяснениями и разработкой.	
Итого, среднее арифметическое:					0-60

3.3. Оценочные материалы

3.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Вам предстоит пройти тестирование по разделу и ответить на 5 вопросов с единственным или множественным выбором ответов. Обращаем Ваше внимание, что количество попыток на прохождение тестирования ограничено (2 попытки). Поэтому перед прохождением рекомендуем восстановить для себя содержание лекций и практических занятий.

Раздел 1. Нормативные правовые основы технологического суверенитета РФ и развития технологического предпринимательства

1. Что представляет собой технологический суверенитет государства?

- а) способность государства обеспечить собственное научно-техническое и промышленное развитие для разработки, производства и обслуживания собственных технологий и инфраструктуры, способствующих обеспечению важных аспектов жизни населения, а также независимость политики и экономики от воздействия иностранных технологий;
- б) способность государства обеспечить собственное научно-техническое и промышленное развитие для разработки собственных технологий и инфраструктуры, способствующих обеспечению важных аспектов жизни населения;
- в) способность государства обеспечить любое научно-техническое и промышленное развитие;
- г) способность государства обеспечить собственное научно-техническое и промышленное развитие и независимость политики и экономики от воздействия иностранных технологий.

2. Укажите отрицательные стороны роста технологического суверенитета (выберете все верные ответы):

- а) необходимость в короткие сроки обеспечить возможность распространения новых высоких технологий;
- б) географическая взаимоудаленность объектов технологической инфраструктуры;
- в) быстрый рост производственных мощностей и наличие необходимых ресурсов в нужном объеме;
- г) возможность распространения новых высоких технологий.

3. Выберите все основные элементы технологического предпринимательства (несколько вариантов ответа):

- а) разработка идеи;
- б) расчет экономических показателей проекта;
- в) создание команды;
- г) презентация проекта;
- д) проведение анализа рынка;
- е) построение бизнес-модели;
- ж) составление маркетингового плана;

4. Что представляет собой инновационная среда?

- а) внешнее окружение инновационной организации, ее инновационной системы.
- б) внешнее окружение инновационной организации, ее инновационной системы, состоящее из дальнего окружения (макросреды), практически малодоступной для оказания со стороны организации какого-либо влияния.
- в) внешнее окружение инновационной организации, ее инновационной системы, состоящее из дальнего окружения и ближнего окружения.
- г) внешнее окружение инновационной организации, ее инновационной системы, состоящее из ближнего окружения (микросреды).

5. По какому принципу работает матрица НТИ для отечественных высокотехнологичных компаний?

- а) по принципу улитки;
- б) по принципу открытых систем;
- в) по принципу улитки (или по принципу спирали);
- г) по принципу закрытых систем.

Раздел 2. Особенности командообразования

1. Какой этап создания команды включает в себя определение целей и задач, которые должны быть ясны для всех членов команды?

- а) разработка стратегий;
- б) формирование состава команды;
- в) оценка эффективности команды;
- г) определение целей и задач.

2. В какой стадии конфликта происходит активное проявление недовольства и претензий со стороны участников?

- а) стадия разрешения конфликта;
- б) постконфликтная стадия;
- в) пре-конфликтная стадия;
- г) стадия открытого конфликта.

3. Какой из методов диагностики команды позволяет проанализировать взаимосвязь между результатами и общей эффективностью работы?

- а) опросники;
- б) анализ производительности;
- в) оценка компетенций;
- г) собеседования.

4. Какой тип роли в команде характерен для человека, который часто берет на себя задачи по реализации идей и преобразованию их в конкретные результаты?

- а) идеатор;
- б) реализатор;
- в) мотиватор;

г) оценщик.

5. Какой тип мотивации обусловлен внешними факторами, такими как вознаграждения, признание или наказания?

- а) внутренняя мотивация;
- б) нематериальные стимулы;
- в) внешняя мотивация;
- г) материальные стимулы.

Раздел 3. Этапы создания минимально-жизненного продукта

1. Что является целью проекта?

- а) достижение его уникальных целей и результатов;
- б) удовлетворение потребностей клиентов;
- в) получение прибыли и обеспечение процветания бизнеса;
- г) масштабирование бизнеса.

2. В чем заключается разница между «лицо, принимающее решение» и «лицо, действительно принимающее решение»?

- а) в степени ответственности и авторитета, которыми обладает каждое из этих лиц в процессе принятия решений;
- б) в финансовых возможностях покупки, которыми обладает в процессе принятия решения;
- в) в желании приобретения данной покупки на момент принятия решения;
- г) ничем, это одно лицо.

3. Какой сегмент в ABCDX сегментации отображает покупателей, не заинтересованных в продукте, но занимающих много времени продаж и поддержки, не покупая?

- а) сегмент А;
- б) сегмент Х;
- в) сегмент D;
- г) сегмент С.

4. Когда начинается первичное определение ценности продукта? (несколько вариантов ответа)

- а) аналитика продукта;
- б) внешний анализ;
- в) сессия обратной связи с покупателями;
- г) исследования рынка.

5. В чём заключается цель MVP? (несколько вариантов ответа)

- а) проверить гипотезу о продукте;
- б) проверить покупательскую способность целевой группы;
- в) проверить красоту дизайна продукта;
- г) убедиться в том, что рынок нуждается в продукте.

Раздел 4. Customer Development. Оценка рынка. Анализ конкурентов

1. С чем необходимо определиться до начала расчетов рынка? (несколько вариантов ответа)

- а) единицы измерения;
- б) время;
- в) география;
- г) объем затрат на производство;
- д) объем спроса.

2. Какой подход оценки рынка необходимо выбрать при наличии данных общего обзора рынка?

- а) «снизу вверх»;
- б) «сверху вниз»;
- в) ABCDX сегментация;
- г) тестирование до/после.

3. Для чего необходимо проводить анализ рисков? (несколько вариантов ответа)

- а) определить, стоит ли вообще браться за проект;
- б) оценить возможные убытки при их проявлении;
- в) оценить, сколько сможем заработать;
- г) прогноз на будущее (рост/спад, сезонность).

4. Для чего стартапам необходим конкурентный анализ?

- а) как источник новых идей для усиления продукта;
- б) учиться у лучших;
- в) стать инновационными;
- г) использовать их идеи для своего продвижения.

5. Выберите верное определение Customer Development:

- а) выявление любых существующих неудовлетворенных потребностей.
- б) методология создания продуктов или стартапов, через проверку идеи или прототипа будущего продукта на востребованность с помощью потенциальных потребителей.
- в) это выяснение мнения сообщества по тем или иным вопросам психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов.

Раздел 5. Бизнес-моделирование

1. Согласно определению бизнес-модель определи совокупностью чего она является?

- а) каналов дохода;
- б) ценностных сегментов;
- в) бизнес-процессов;
- г) инвестиционных проектов;
- д) бизнес-планов.

2. Что относится к типам взаимоотношений с клиентами? (несколько вариантов ответа)

- а) персональная поддержка;
- б) коллективная поддержка;
- в) самообслуживание;
- г) сообщества;
- д) особая коллективная поддержка.

3. Что относится к принципам построения бизнес-модели? (несколько вариантов ответа)

- а) визуализация;
- б) прототипирование;
- в) сегментирование;
- г) рассказывание истории;
- д) генерация идей.

4. Какая из характеристик относится к бизнес-модели, а не к бизнес-плану?

- а) подробный документ с анализом активов;
- б) схема взаимосвязки бизнес-процессов;

- в) расчеты по всем аспектам бизнеса;
- г) расчеты в эксель-таблице;
- д) отчет о движении денежных средств.

5. Зачем нужна бизнес-модель? (несколько вариантов ответа)

- а) привлечь инвестора;
- б) стать основой бизнес-плана;
- в) создать инновационные сегменты;
- г) исследовать клиентов;
- д) перестроить бизнес-процессы.

Раздел 6. Маркетинг стартапа

1. Перечислите все инструменты, которые можно отнести к гоус хакингу?

- а) вирусный маркетинг;
- б) использование техник синдрома упущенной выгоды;
- в) реферальная программа;
- д) программа лояльности.

2. Цель Пиар-стартапа – это.....

- а) сформировать представление, что стартап – это уже зрелая компания;
- б) повысить узнаваемость стартапа;
- в) повысить продажи продуктов или услуг стартапа;
- г) продажа стартапа инвестору.

3. Фирменный стиль стартапа – это.....

- а) логотип, цвета, шрифты;
- б) стиль, в котором стартап общается со своей аудиторией;
- в) руководство по использованию логотипа, цветов, шрифта;
- г) набор уникальных характеристик, отличающих компанию от других организаций.

4. Что включает в себя айдентика бренда?

- а) слоган, логотип, миссию организации;
- б) набор уникальных характеристик, отличающих компанию от других организаций;
- в) логотип, цветовую палитру, шрифты, формы и стили, которые объединены общей концепцией.

5. Какие требования предъявляются к неймингу? (несколько вариантов ответа)

- а) простота написания;
- б) запоминаемость;
- в) доступность;
- г) красочность.

Раздел 7. Финансы и юнит-экономика

1. Что может выступать в качестве юнита? (несколько вариантов ответа)

- а) товар;
- б) услуга;
- в) продукт;
- г) чек.

2. Что берется в расчет для определения среднего чека?

- а) прибыль;
- б) выручка от продаж;

- в) валовая прибыль;
- г) доходы от прочих видов деятельности.

3. Как называется разница между средним чеком и затратами на обеспечение продажи?

- а) чистая прибыль;
- б) маржинальная прибыль;
- в) валовая прибыль;
- г) прибыль до налогообложения.

4. Как называется разница между валовой прибылью и затратами на привлечение клиента?

- а) чистая прибыль;
- б) маржинальная прибыль;
- в) валовая прибыль;
- г) прибыль до налогообложения.

5. Воронка продаж – это

- а) инструмент маркетинга, позволяющий точно определить количество клиентов;
- б) путь, который проходит клиент, прежде чем совершит покупку;
- в) путь, который проходит бизнес, прежде чем клиент совершит покупку;
- г) рекламная акция, позволяющая привлечь большое количество клиентов.

Раздел 8. Привлечение инвестиций

1. Какой источник инвестиций называют «фабриками стартапов»?

- а) венчурные фонды;
- б) краудфандинг;
- в) университетские стартап-студии;
- г) синдикаты бизнес-ангелов;
- д) банки.

2. Для чего нужно привлекать инвестиции в стартап? (несколько вариантов ответа)

- а) закупка сырья;
- б) закупка или аренда оборудования;
- в) привлечение дополнительных участников проекта;
- г) организация тестовых продаж;
- д) информирование инвесторов о своем бизнесе.

3. Как называются сделки на совместное финансирование проекта, осуществляемое группой соинвесторов?

- а) грантовые;
- б) венчурные;
- в) синдицированные;
- г) инвестиционные;
- д) краудфандинговые.

4. Какой раунд инвестирования называют раундом Пред-А?

- а) предпосевной;
- б) постпосевной;
- в) посевной;
- г) предвенчурный;
- д) поственчурный.

5. Что относится к упаковке проекта? (несколько вариантов ответа)

- а) инвестиционное предложение;
- б) лист ожидания клиентов;
- в) одностороннее предложение;
- г) модель 6-Т;
- д) бизнес-модель.

Раздел 9. Презентация и публичные выступления

1. Что такое питч?

- а) отчетное выступление перед трекером, наставником.
- б) короткая презентация продукта, которую используют, чтобы привлечь инвесторов, экспертов и клиентов.
- в) подробная презентация продукта перед клиентом на 1 час.
- г) любой очное или дистанционное выступление.

2. Что входит в формулу питча? (несколько вариантов ответа)

- а) презентация;
- б) доклад;
- в) образ докладчика;
- г) публика.

3. Отметьте невербальные средства взаимодействия с аудиторией (несколько вариантов ответа)

- а) поза;
- б) полезные и вредные жесты;
- в) ясность, четкость, громкость речи;
- г) эмоциональная насыщенность.

4. Перечислите частые ошибки при ответах на вопросы:

- а) внимательно слушать вопрос;
- б) делать заметки по вопросам и комментариям аудитории;
- в) оценивать вопрос;
- г) фантазировать, лгать.

5. Что НЕ рекомендуется делать после питча своей команды?

- а) поговорить с экспертами, слушателями;
- б) уходить, т.к. выступление окончено;
- в) проанализировать качество, регламент выступления команды;
- г) обменяться контактами.

3.3.2. Оценочные материалы итоговой аттестации

Итоговый проект состоит из этапа разработки и представления его в виде презентации. Рекомендуется использовать примерный план проекта:

- 1 слайд. Титульный. Наименование проекта. Состав команды, их роли. Актуальность проекта.
- 2 слайд. Ценностное предложение. Описание целевой аудитории и ее проблемы.
- 3 слайд. Анализ рынка разработанного проекта (продукта).
- 4 слайд. Существующие конкуренты, уникальность разработанного проекта (продукта).
- 5 слайд. Бизнес-модель. Представить разработанные решения проблемы целевой аудитории.
- 6 слайд. Финансы. Показать расходы на реализацию проекта (продукта), доходы, планируемой прибыли. Какие инвестиции планируется привлечь и откуда?
- 7 слайд. Лендинг разработанного проекта (продукта). Рассказать о маркетинговой стратегии проекта (продукта).

8 слайд. Дорожная карта. Представить достигнутые результаты и планы на перспективу.

9 слайд. Список основных источников литературы.

10 слайд (= 1 слайд). Титульный. Наименование проекта. Состав команды, их роли.

Требования к презентации проекта и защите:

1. Презентация должна содержать следующие структурные элементы:

- краткое изложение образовательной цели и задач проекта, их актуальности и ожидаемой пользы;
- описание самого проекта – подробное описание хода выполнения проекта, этапов работы, разработки и внедрения технологии, с возможной визуализацией ключевых моментов (схемы, графики, фотографии);
- результаты проекта: детальный разбор достигнутых результатов;
- выводы: краткий обзор того, насколько исходные задачи были достигнуты, и осмысление полученного опыта.
- оценка эффективности и потенциальные перспективы практического применения проекта.
- литература и источники.
- слайд для индикации завершения официальной части презентации и начала сессии вопросов и ответов.

2. Презентация должна быть подготовлена в профессиональном стиле с использованием четких и понятных визуализаций для представления данных и идей. Продолжительность презентации должна составлять 5-10 минут с последующим временем на вопросы и обсуждение. Каждый слайд должен содержать только ключевые пункты и помогать слушателям сосредоточиться на основной информации, избегая перегрузки текстом.

4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Материально-техническое обеспечение программы

ТГПУ располагает на праве оперативного управления материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы ДПП (программы повышения квалификации) в соответствии с рабочим учебным планом.

ТГПУ предоставляет право слушателям, обучающимся заочно, с целью освоения программы пользоваться материально-технической базой вуза: компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Материально-техническая база соответствует действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивает проведение образовательной деятельности по программе.

ТГПУ обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Для освоения программы в заочной форме с применением электронного обучения используется система электронного обучения ТГПУ «Курсы ТГПУ на платформе СДО MOODLE» (режим доступа <https://moodle.tspu.ru/>), где размещается комплект учебных материалов, доступных для копирования.

4.2. Методические рекомендации по организации образовательного процесса

Тематика программы повышения квалификации предполагает применение современных подходов к организации педагогического процесса. В основу формирования и совершенствования компетенций положены компетентностно-деятельностный и системно-деятельностный подходы. При проведении курсов повышения квалификации используются следующие образовательные технологии: кейс-метод, свободная дискуссия, тренинг, тестирование, презентация и обсуждение результатов практической деятельности.

Для проведения занятий используются практические занятия и самостоятельная работа. Предлагается работа с методическими и справочными материалами. Реализация программы проходит с использованием современных технических средств, проекционного

оборудования.

Система электронного обучения ТГПУ «Курсы ТГПУ на платформе СДО MOODLE» обеспечивает проведение учебных занятий, доступ к образовательному контенту, фиксацию хода образовательного процесса, процедуру оценки результатов освоения ДПП (программы повышения квалификации), взаимодействие между участниками образовательного процесса.

Учебная работа в системе электронного обучения включает в себя следующие виды деятельности:

- изучение теоретического и практического материала;
- изучение рекомендуемых учебно-методических материалов;
- прохождение итоговой аттестации.

4.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

4.3.1. Основная литература:

1. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики : учебное пособие / Н. И. Лапин. - Москва : Логос, Университетская книга, 2012. – 328 с. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/9085.html>
2. Байдаков, А. Н. Лидерство и командообразование : учебное пособие / А. Н. Байдаков, А. В. Назаренко, О. С. Звягинцева. – Ставрополь : СтГАУ, 2019. – 132 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/169721>
3. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие : в 2 частях / И. В. Котляревская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ). – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : УрФУ, 2019. – Ч. 1. – 141 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697285>

4.3.2. Дополнительная литература:

1. Баранник, Ю. Г. Лидерство и руководство в управлении человеческими ресурсами : учебное пособие / Ю. Г. Баранник, Р. Н. Романинец. – Донецк : ДОНАУИГС, 2021. – 246 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/225782>
2. Гайдаров, Г. М. Командообразование и лидерство в социальных организациях : учебное пособие / Г. М. Гайдаров, Т. И. Алексеевская. – Иркутск : ИГМУ, 2020. – 75 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/213371>
3. Психология лидерства: теория и практика : учебное пособие / Е. Ю. Мазур, А. В. Шилакина, Н. А. Шилакина, Е. С. Шульгина. – Москва : ИМЦ, 2020. – 392 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622030>
4. Бланк, С. Стартап : настольная книга основателя : практическое пособие / С. Бланк, Б. Дорф ; науч. ред. Н. Митюшин, И. Антипов, Е. Овчинникова, М. Ушакова [и др.]. – 3-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 615 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279605>
5. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей : настольная книга стратега и новатора : практическое пособие / А. Остервальдер, И. Пинье ; ред. М. Савина ; пер. М. Кульнева. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 288 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229875>
6. Управление бизнес-процессами предприятия : учебное пособие / сост. Е. В. Пирогова. – Ульяновск : УлГТУ, 2017. – 107 с. – URL: <https://lib.ulstu.ru/venec/disk/2017/144.pdf>
7. Василенко, С. В. Эффектная и эффективная презентация : практическое пособие / С. В. Василенко. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 135 с. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/1146.html>
8. Мазилкина, Е. И. Искусство успешной презентации : практическое пособие / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 151 с. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/79633.html>

4.3.3. Интернет-ресурсы:

1. КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочная правовая система Гарант. – URL: <https://base.garant.ru/>
3. Платформа университетского технологического предпринимательства : федеральный проект. – URL: <https://univertechpred.ru/>
4. Платформа университетского технологического предпринимательства : федеральный проект. – URL: <https://vk.com/studtechpred>
5. Национальная технологическая инициатива. – URL: <https://nti2035.ru/>
6. Развитие молодежного предпринимательства. – URL: <https://rmpvo.ru/>
7. Концепция построения и развития экосистемы молодежного предпринимательства в системе высшего образования – URL: <https://rmpvo.ru/upload/iblock/14c/955hhy9xgl373bkkijqzfnje7kj84ga4.pdf>
8. Сеть университетских стартап-студий. – URL: <https://univertechpred.ru/uss/?ysclid=m0cc2k9a1m576131876>
9. 320 вопросов для питчинга от StartupHunt. - URL: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=40235>