

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Раиса Аминовна

Должность: Директор

Дата подписания: 11.07.2023 16:05:19

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced4a4e0d767848618dc8e8b880439e47

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 1 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала

ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Р.А. Тюлегенова

25.05.2023 г.

**Фонд оценочных средств  
для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)

**Организация инновационной деятельности предприятия**

Направление подготовки (специальность)

**38.03.01 Экономика**

Направленность (профиль)

**Экономика и финансы**

Присваиваемая квалификация


**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная, очно-заочная, заочная**

Год набора 2021, 2022

**Костанай 2023**

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика		
Версия документа - 1	стр. 2 из 21	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета  
филиала



Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета  
филиала



Н.А. Кравченко

### Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель  
Учебно-методического совета



Н.А. Нализко

### Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики

Протокол заседания № 9 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой



Г.В. Панина

Автор (составитель)  
преподаватель кафедры экономики



Васильева О.А., старший



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 3 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Экономика и финансы  
Дисциплина: Организация инновационной деятельности предприятия  
Семестр (семестры) изучения: 8  
Форма (формы) промежуточной аттестации: зачет

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Организация инновационной деятельности предприятия» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции по ФГОС	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
1	2	3	4	
ПК-1	Способен составлять и представлять бухгалтерскую (финансовую) отчётность экономического субъекта	ПК-1.1 Составляет бухгалтерскую (финансовую) отчётность.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> внутренние организационно-распорядительные документы экономического субъекта.
				<i>Уметь:</i> определять (разрабатывать) способы ведения бухгалтерского учета и формировать учетную политику экономического субъекта.
				<i>Владеть:</i> навыками организации и планирования процесса формирования информации в системе бухгалтерского учета.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете, налогах и сборах.
			<i>Уметь:</i> разрабатывать формы первичных учетных документов, регистров бухгалтерского учета, формы бухгалтерской (финансовой) отчетности и составлять график документооборота.	
			<i>Владеть:</i> навыками представления бухгалтерской (финансовой) отчетности в соответствии с законодательством Российской Федерации.	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
 «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
 Костанайский филиал  
 Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 4 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

			<i>Высокий уровень</i>	<p><i>Знать:</i> Международные стандарты финансовой отчетности (в зависимости от сферы деятельности экономического субъекта).</p> <p><i>Уметь:</i> формировать в соответствии с установленными правилами числовые показатели в отчетах, входящих в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками формирования числовых показателей отчетов, входящих в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности.</p>
ПК-3	Способен разрабатывать отдельные функциональные направления управления рисками	ПК-3.2 Разрабатывает мероприятия по управлению рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации – владельцами риска.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> особенности и содержание управления рисками в организации.
				<i>Уметь:</i> находить взаимосвязи между рисками и результатами деятельности организации
				<i>Владеть:</i> базовыми знаниями и навыками управления рисками в организации.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> методы управления рисками в организации и сферы их применения.
				<i>Уметь:</i> разрабатывать направления по управлению рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации.
				<i>Владеть:</i> методами управления рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации.
<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> инструменты управления рисками и особенности их применения в организации.			
	<i>Уметь:</i> применять инструменты управления рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации.			
	<i>Владеть:</i> инструментами управления рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации.			

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего и рубежного контроля (по очной	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/ № задания
-------	--	---------------------------------	--	---



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика


Версия документа - 1

стр. 5 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

			форме обучения)	
1.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Основы инновационной деятельности организации	Проекты слайд-презентаций Структурно-логические схемы Тестирование	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 3,9,16,25. - тестовые задания № 1-3 - практическое задание №1
2.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Инновационный цикл. Этапы инновационного цикла	Анализ конкретной ситуации, выявление проблемы и принятие решений Проекты слайд-презентаций Структурно-логические схемы Тестирование	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 12,24 - тестовые задания № 4-6 - практическое задание №2
3.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Классификация нововведений	Анализ конкретной ситуации, выявление проблемы и принятие решений Проекты слайд-презентаций Структурно-логические схемы Кейс-задание	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 1-2 -тестовые задания № 7-9 -практическое задание №3
4.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Формы инновационной деятельности организаций	Защита проектов слайд-презентаций Структурно-логические схемы Кейс-задание	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 6-9,23 -тестовые задания № 10-12 -практическое задание №4
5.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Разработка программ и проектов нововведений	Анализ конкретной ситуации, выявление проблемы и принятие решений Структурно-логические схемы Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 4, 10-15, 19-20 -тестовые задания № 13-15 -практическое задание №5
6.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Регулирование инновационной деятельности	Проекты слайд-презентаций Структурно-логические схемы Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 17-18 -тестовые задания № 16-18 -практическое задание №6
7.	ПК – 1.1 ПК – 3.2	Управление инновациями в сфере наукоемких технологий	Защита проектов слайд-презентаций Структурно-логические схемы Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: -теоретические вопросы № 5,17,21-22 -тестовые задания № 19-21 -практическое задание №7

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика		
Версия документа - 1	<b>стр. 6 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.


### 3.2 Содержание оценочных средств

Для подведения итогов изучения дисциплины используются результаты текущего и рубежного контролей (для очной формы обучения) и проводится зачет в форме комплексной письменной работы (для очной, очно-заочной и заочной формам обучения).

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тестовые задания, практические задания)

Перечень примерных теоретических вопросов к зачету:

1. Понятие и источники инноваций.
2. Классификация инноваций.
3. Понятие и сущность инновационной деятельности.
4. Понятие риска в инновационной деятельности. Виды инновационного риска.
5. Понятия, виды и особенности инновационных стратегий.
6. Формы инновационного управления организацией. Крупный бизнес в инновационной сфере.
7. Классификация научных организаций, малые организационные структуры инновационного управления.
8. Интеграция науки и производства: территориальные научно-промышленные комплексы и технологическая кооперация.
9. Организация инновационной деятельности. Организационные структуры инновационного управления
10. Основные понятия, признаки и характеристики инновационного проекта.
11. Классификация инновационных проектов.
12. Содержание фаз жизненного цикла инновационного проекта.
13. Инновационная программа: сущность и понятие.
14. Разработка программ и проектов нововведений. Организация системы управления изменениями.
15. Этапы реализации инновационных проектов.
16. Характеристика результатов инновационной деятельности. Виды эффекта от реализации инноваций.
17. Общая экономическая эффективность использования инноваций, интегральный эффект.
18. Интеллектуальная собственность, пакет законов по охране интеллектуальной собственности.
19. Методы экспертизы инновационных проектов и программ, принципы проведения экспертиз, экспертные оценки проектов, три уровня экспертизы.
20. Сущность бизнес-плана инновационного проекта. Алгоритм составления бизнес-плана
21. Предмет, объект и задачи инновационного управления организацией.
22. Этапы, сущность и особенности инновационного процесса.
23. Организационные формы инновационной деятельности.
24. Циклы Кондратьева
25. Инновационная деятельность: цель, задачи, этапы.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	стр. 7 из 21	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Перечень примерных тестовых заданий к зачету:

№ п/п	Формулировка задания	Варианты ответов
<b>Тема Основы инновационной деятельности организации</b>		
1	Что такое новация:	<b>А) процесс использования новшества;</b> В) новшество, не внедренное в производственный процесс; С) управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства; D) нововведения, имеющие практическое внедрение в производственном процессе; E) нововведение.
2	Что такое инновационная деятельность?	<b>А) процесс принятия управленческих решений, организация производственного процесса, планирование деятельности предприятия;</b> В) наука об организации планирование контроля и регулирования движением материалов и информационных потоков в пространстве, во времени; С) процесс управления созданием новых знаний, творческим потенциалом создателей новых знаний; D) управление организации в условиях рыночных отношений; E) процесс внедрения новшеств, экономических, социальных и психологических аспектов нововведений.
3	Есть ли отличия между нововведением и открытием, изобретением? Если да, то укажите, какие из перечисленных:	А) изобретение и открытие делаются, как правило, на фундаментальном уровне, а инновация — на уровне прикладного порядка; В) открытие может быть сделано изобретателем-одиночкой или кустарем, а инновация, как правило, разрабатывается комплексными промышленными лабораториями; С) открытие может произойти случайно, а инновация является результатом комплексного использования элементов систематических технических разработок, научно-исследовательских программ и т.д.; D) получение инновации возможно лишь при управлении инновационной деятельностью, а открытие — результат творческого поиска, не приемлющего директивы; <b>Е) ответы А,С,D</b>
<b>Тема Инновационный цикл. Этапы инновационного цикла</b>		
4	На каком этапе появляются рискоинвестиции?	А) Фундаментальный этап НИР; <b>В) ОКР;</b> С) Организации производства; D) Подготовки производства;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 8 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		Е) Выход продукции на рынок.
5	Если весь инновационный цикл сосредотачивается в одной организации с передачей результатов, от одного подразделения к другому, то мы имеем дело –	А) С коммерциализацией инноваций; В) С вертикальным трансфером; <b>С) С горизонтальным трансфером;</b> D) С диффузией инновации; E) С распространением инноваций.
6	Какова вторая стадия жизненного цикла инновации?	<b>А) Коммерциализация новшества (выведение на рынок);</b> В) Создание новшества; С) Приобретение новшества потребителем; D) Потребление новшества; E) Обновление другой продукции или технологии.
Тема 3. Классификация нововведений		
7	Если произошло частичное улучшение устаревшей техники, то имеем дело с	А) с радикальными инновациями; В) с псевдоинновациями; <b>С) с улучшающими инновациями;</b> D) регрессивными инновациями; E) с прогрессивными инновациями.
8	Что не является компонентом инновационной макросреды (далее окружение)?	А) Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности; <b>В) Ресурсное обеспечение инновационного процесса;</b> С) Инвестиционный климат; D) Условия конкуренции; E) ответы А,Е.
9	Как называется современная модель развития инновационного менеджмента?	<b>А) Технологический толчок;</b> В) Рынок – движущая сила; С) Объединяющая модель; D) Интегрированная модель; E) Инновационный прогресс.
Тема 4. Формы инновационной деятельности организаций		
10	Какие типы бизнес-инкубаторов не организуются на практике?	<b>А) Некоммерческие (бесприбыльные) организации;</b> В) Прибыльные коммерческие организации; С) Филиалы высших учебных заведений; D) Подразделения крупных технологических компаний; E) Подразделения научных и исследовательских центров.
11	Как называется организационная форма, оказывающая разносторонние услуги инновационным организациям на стадии становления?	А) Технопарк; В) Технополис; С) Наукоград; <b>D) Бизнес-инкубатор;</b> E) Научный парк.
12	В одной из представленных организационных форм отсутствует академическая (фундаментальная) наука	А) Технопарк; В) Технополис; С) Наукоград; <b>D) Бизнес-инкубатор;</b> E) Научный парк.
Тема Разработка программ и проектов нововведений		
13	Создание центров обслуживания, это фаза –	А) Прединвестиционного этапа;





МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика


Версия документа - 1

стр. 9 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>В) Этапа НИОКР; С) Инвестиционного; <b>Д) Эксплуатационного этапа;</b> Е) Внедрения проекта.</p>
14	Инструмент определения стоимости проекта – это ...	<p>А) <b>Бюджет проекта;</b> В) Смета проекта; С) Мониторинг проекта; D) Контроль расходования ресурсов; Е) Стратегический план проекта.</p>
15	Таблица Ганта это -	<p><b>А) Инструмент планирования и полосовая диаграмма;</b> В) Метод критического пути и средство прогнозирования; С) Сетевой график планирования; D) Этап последовательной реализации плана; Е) механизм инновационного планирования.</p>
Тема Регулирование инновационной деятельности		
16	К основным функциям государственного регулирования инновационной сферы являются:	<p>А) аккумулярование средств на научные исследования и инновации; В) координация инновационной деятельности; С) стимулирование инноваций, конкуренции в данной сфере, страхование инновационных рисков, введение государственных санкций за выпуск устаревшей продукции; D) создание правовой базы инновационных процессов, особенно системы защиты авторских прав инноваторов и охраны интеллектуальной собственности; Е) <b>все ответы верны.</b></p>
17	Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является:	<p>А) <b>Правительственная комиссия по научно-технической политике;</b> В) Министерство промышленности, науки и технологий РФ; С) Министерство экономического развития и торговли РФ; D) Минфин РФ; Е) ответы В,С.</p>
18	Основной правовой формой государственного регулирования инновационной деятельности являются	<p>А) нормативные акты РФ; В) <b>правовые акты РФ;</b> С) программы развития; D) целевые программы; Е) гражданский кодекс РФ.</p>
Тема Управление инновациями в сфере наукоемких технологий		
19	С какого документа начинается разработка нового продукта?	<p>А) Календарного графика работ; <b>В) Технического задания;</b> С) Смета работ; D) С единого сквозного плана; Е) С идеи продукта.</p>
20	Какой инструмент планирования инноваций появился раньше?	<p>А) Таблица Ганта; В) Сетевой график планирования; С) Метод критического пути;</p>

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	стр. 10 из 21	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		D) <b>Метод графов;</b> E) матрица SPACE.
21	Разработка рекламы для продвижения инновационной продукции это -	A) Мегапроект; B) Мультипроект; C) <b>Монопроект;</b> D) Инвестиционный проект; E) Инновационный проект.

Перечень примерных практических заданий к зачету:

Тема: Основы инновационной деятельности организации

Задание 1

Главному инженеру компании надо решить, монтировать или нет новую производственную линию, использующую новейшую технологию. Если новая линия будет работать безотказно, компания получит прибыль 200 млн. руб. Если же она откажет, компания потеряет 150 млн. руб. По оценкам главного инженера, существует 60% шансов, что новая производственная линия откажет. Можно создать экспериментальную установку, а затем уже решать, монтировать или нет производственную линию. Эксперимент обойдется в 10 млн. руб. Главный инженер считает, что существует 50% шансов, что экспериментальная установка будет работать. Если она будет работать, то 90% шансов за то, что смонтированная производственная линия также будет работать. Если же экспериментальная установка не будет работать, то только 20% шансов за то, что производственная линия заработает.

Решить ситуацию, используя метод «Дерева решений»

1. Следует ли строить экспериментальную установку?
2. Следует ли монтировать производственную линию?
3. Какова ожидаемая стоимостная оценка наилучшего решения


Тема: Инновационный цикл. Этапы инновационного цикла

Задание 2

Компания «Вимм-Билль-Данн» является одним из крупнейших российских производителей продуктов питания. Сфера деятельности компании – это рынок кисломолочных продуктов и соков. Продукция компании отличается широким ассортиментом и высоким качеством. Компания действует в среднем ценовом сегменте, ориентируясь на людей со средним достатком и состоятельных.

В 2002 г. руководство компании приняло решение о необходимости корректировки корпоративного имиджа с целью придания компании большей инновативности и динамичности. Научный центр и Управление маркетинга разработали и успешно реализовали принципиально новый проект «NEO».

Основным источником новой идеи NEO явился сам рынок. Среди самых значительных тенденций развития потребительского рынка России можно выделить рост интереса к «продуктам с идеей». Данная тенденция является частью более глобальной проблемы индивидуализации современного потребителя. Люди готовы тратить дополнительные средства на приобретение не просто хорошего качественного товара, а товара, способного удовлетворить особые индивидуальные потребности человека,

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика		
Версия документа - 1	<b>стр. 11 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

вытекающие из его представлений о собственном имидже и стиле жизни. Данная особенность потребления становится в настоящее время глобальной, так как затрагивает потребление не только товаров предварительного выбора или особого спроса – автомобили, недвижимость, бытовая техника, одежда и т. д., – но и товары повседневного спроса.

В первую очередь это касается продуктов питания. На первом этапе данная тенденция проявилась в удовлетворении спроса на обогащенные продукты, среди которых особое место занимает продукция компании «Вимм-Билль-Данн». Целевым рынком в данном случае является средний сегмент. Однако в ходе маркетинговых исследований была выделена еще одна существенная тенденция развития потребительского рынка России – это рост потенциала премиальных, или дорогих, сегментов. Соединив эти две тенденции, компания «Вимм-Билль-Данн» решает выйти на новый для нее премиальный сегмент с новым «продуктом с идеей».

На первом подготовительном этапе работа над проектом осуществлялась параллельно. В Маркетинговом управлении шла разработка маркетинговой концепции нового бренда, а в Научном центре работали над созданием опытных образцов будущего продукта. Результатом реализации первого этапа стало появление трех концепций нового товара, которые в ходе совместного обсуждения трансформировались в окончательный вариант «NEO». На втором этапе было проведено многоэтапное тестирование продукта и самой концепции бренда. Были созданы специальные фокус-группы из потенциальных потребителей (этот метод уже давно используется компанией), которым предлагалось, с одной стороны, дегустировать продукцию, а с другой – оценить привлекательность идеи нового бренда. Параллельно проводилось тщательное лабораторное тестирование продукта и корректировка в соответствии с мнением фокус-групп. К тестированию новинки были также привлечены постоянные дистрибьюторы компании и независимые эксперты в виде специализированных консалтинговых агентств. В результате бренд NEO приобрел следующее позиционирование:

- имидж NEO – яркие идеи и инновации;
- основные конкурентные преимущества – индивидуализированный продукт с идеей новой жизни: новейшие методы обогащения, уникальная польза, палитра вкуса, натуральные ингредиенты, легкость, инновационный дизайн, качество продукции компании «Вимм-Билль-Данн»;
- продуктовая линия состоит из четырех ассортиментных групп, каждая со своей идеей и зонтичным брендом: фруктово-молочные коктейли «Мажитель» – идея мягкого бархатного вкуса; кисломолочный биопродукт «Bio-vit» – сочетание витаминов и нового вкуса; низкожирный биоогурт и сок «Joy-fit» – идея легкости; целебный пробиотический продукт с лактокультурами «Имунеле» – идея укрепления здоровья;
- целевой рынок NEO – это потребители в возрасте 25-35 лет, с высоким уровнем дохода, успешные новаторы, заботящиеся о своем здоровье и дающие высокую оценку нестандартным решениям. Третий этап реализации инновационного проекта заключался в запуске новой линии по производству продукции NEO. Компания использовала принцип синергии производственного процесса, когда для производства нового товара используются старые поставщики ингредиентов, уже существующие технологии, единая система управления качеством и т. д. Основной затратной частью проекта явилась закупка и установка принципиально новой для компании упаковочной линии, При этом упаковке, как



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 12 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

отражению имиджа продукта было уделено особое внимание, и ее доля в себестоимости продукции составила 35 %. В целом компания ожидает полную окупаемость новой линии через два года после ее запуска.

Ценовая политика по отношению к новому товару заключалась в установлении уровня цен в среднем на 30 % выше среднего уровня цен т кисломолочные продукты. Однако в силу уникальности товара и практически полного отсутствия аналогов, конечная цена устанавливалась исходя из ожидаемой ценности товара и минимально приемлемой маржи для компании. За 2003 г. – год введения на рынок продукции NEO – средняя маржа прибыли составила 60 %. Этот показатель является достаточно высоким для отрасли в целом и очень высоким для первой стадии жизненного цикла товара.

Коммуникационная политика заключалась в максимально возможном применении всего комплекса promotion-mix. Основной задачей было информировать потребителя о появлении нового бренда и позиционировать его как воплощение новых идей и инновационных открытий. Рекламная кампания должна носить эмоциональную окраску и быть нестандартной, интригующей и яркой. Основная мысль рекламной кампании заключается в том, что все в мире начинается с необычных идей. Именно простые на первый взгляд идеи помогли человеку двигаться в будущее. Единым слоганом рекламной компании стал: «NEO» – идеи новой жизни!»


На основании этих задач и концепции бренда была разработана медиа-стратегия. Рекламная кампания началась за несколько дней до выхода товара на рынок (здесь необходимо учитывать, что товар проходит дистрибьюторскую сеть за месяц). Были задействованы практически все средства рекламы: телевидение, наружная реклама, реклама в метро, рекламные материалы для мест продажи.

При разработке рекламной концепции Маркетинговое управление компании «Вимм-Билль-Данн» активно сотрудничало с рекламными агентствами на основе постановки конкретных задач и предоставления брифов.

В результате на национальном телевидении появились два ролика. Первый корпоративный ролик по бренду «NEO» (10 с) и второй – по йогурту с соком Joy-Fit (20 с). Наружная реклама бренда была размещена в Москве и Самаре форматом 3 x 6 м с выносным элементом Реклама в метро состояла из стикеров на дверях вагонов на шести линиях Московского метрополитена форматом 35 x 15 см с фигурной вырубкой. Покупателя информировали о появлении четырех видов продукции NEO.

Реклама в прессе включала размещение информативных статей по «Имунеле». Целью кампании были продвижение категории обогащенных продуктов, информирование о появлении нового бренда «NEO» и освещение результатов клинических исследований и апробации, подтверждающих полезные свойства продукта «Имунеле». Использовались следующие журналы: «Караван историй», «Домашний очаг», «Семь дней», «Здоровье», «Лиза», «Добрые советы», «АиФ Москва», Shape, Mmi, ELLE, Men's Health, Cosmopolitan. Было решено активно использовать BTL-технологии. Состоялась пресс-конференция для журналистов на запуск бренда «NEO» в отеле «Мариотт Гранд Отель». Проведена рассылка пресс-китов и образцов продукции в ведущие издания. Организована конференция для отдела продаж и дистрибьюторов с дегустацией продукта.

Разработана отдельная программа продвижения нового бренда через поликлиники путем информирования терапевтов о полезных свойствах продукта, размещения рекламных

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	<b>стр. 13 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

материалов и дегустации продуктов линии «NEO». Дегустация продукции осуществлялась в крупнейших супермаркетах, спортивных клубах и аптеках с раздачей рекламных материалов.

В качестве средства стимулирования сбыта был организован конкурс по продаже продуктов «NEO» среди сотрудников отдела продаж компании и дистрибьюторов.

Общий бюджет рекламной кампании определялся целевым методом при учете конкурентного паритета и составит от 1 до 5 млн. долл. Сбытовая политика направлена на использование крупных постоянных дистрибьюторов компании «Вимм-Билль-Данн», которым были рекомендованы основные розничные сети, однако окончательный выбор был за дистрибьюторами. В первые месяцы запуска география сбыта ограничена Московским регионом, затем планируется выход на другие региональные рынки, в первую очередь на крупные города России.

Результаты: Бренд «NEO» был выпущен на рынок в апреле 2003 г. С этого момента наблюдается активный рост объема продаж продукции как в натуральном, так и в денежном выражении. По большинству продуктов в 2003 г. произошло перевыполнение плана продаж и прибыли.

По данным количественного исследования, проведенного компанией IMCA в июне 2003 г., через два месяца после запуска полное знание марки «NEO» среди целевой аудитории в Москве составило 52%. Что касается формирования имиджа нового бренда, то он оказался эмоционально привлекательным для потребителей, вызывает интерес своей новизной представляется ультрасовременным и динамичным. С рациональной точки зрения бренд ассоциируется с «правильным образом жизни» и здоровьем. Исследования показали, что бренд получил позитивное отношение рынка и обладает значительным потенциалом.

Основные причины успеха инновации руководство компании «Вимм-Билль-Данн» видит в своевременном и грамотном заполнении рыночного окна – спроса на «продукты с идеей» в премиальном сегменте. Благодаря активной маркетинговой стратегии это окно стало оптимальной нишей для новой продукции, а также произошло полное совпадение корпоративного позиционирования бренда «NEO» и позиционирования его потребителем.


Вопросы:

1. Сформулируйте стратегические и тактические цели осуществления инновационного проекта «NEO».
2. Постройте матрицу SWOT-анализа для данной инновации и оцените степень будущего успеха проекта.
3. Какие коррективы Вы можете внести в маркетинговую программу по запуску нового бренда «NEO»?

Тема: Классификация нововведений

Задание 3

Планируется начать организацию производства совершенно нового класса электропроводящих пленочных композиционных материалов. Материал относится к классу пленочных композиционных материалов с уникальным сочетанием высокой сорбционной способности и низкого электрического сопротивления. Высокая электропроводимость материала способна резко повысить избирательность сорбции, регулировать скорость сорбции и десорбции, что необходимо при создании материалов многоцветного использования. Области применения: промышленность, медицина и биология.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика		
Версия документа - 1	<b>стр. 14 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- Выберите правильные варианты ответов, характеризующие описанную инновацию:
1. По причине возникновения данная инновация является: а) реактивной; б) стратегической.
  2. Данная инновация является: а) процессной; б) продуктовой.
  3. По характеру удовлетворяемых потребностей инновация является ориентированной: а) на существующие потребности; б) на формирование новых потребностей.

Тема: Формы инновационной деятельности организаций

Задание 4

Найдите и укажите среди изображенных на рисунке структур инновационной организации:

- а) линейную
- б) функциональную
- с) линейно-функциональную
- д) матричную (штабную)
- е) бригадную
- ф) дивизиональную

Условные обозначения:

- Р – руководитель;
- 1, 2, 3 – разные виды производства;
- А, Б, В – функциональные отделы;
- І, ІІ, ІІІ – менеджеры по проектам;
- Х, У, Z – зам. генерального директора концерна по маркетингу, НИОКР и т.д.

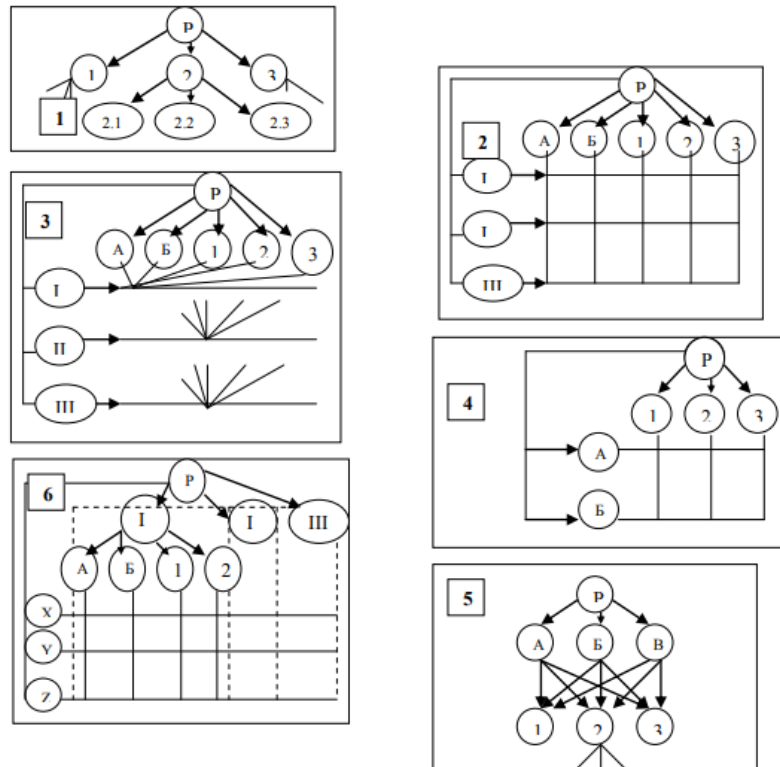


Рисунок 1 – Структуры инновационной организации

Тема: Разработка программ и проектов нововведений


## Задание 5

«Реинжиниринг на российских и зарубежных предприятиях»

Фирма «Модерн» широко известна на отечественных и зарубежных рынках радиоэлектронной аппаратуры. До недавнего времени в процессе реализации инновационных проектов в фирме постоянно возникала проблема с модельным цехом. Организация работ здесь была традиционной, «как у всех». Модельщик все делал сам: изготавливал чертежи, готовил из досок клееный материал, делал стержневые ящики и, наконец, модели. В последнее время таких универсальных специалистов становилось все меньше и меньше. Заказ проектировщиков на модели выполнялся три-четыре месяца, что совершенно не устраивало руководство, так как дорог был каждый день.

Обращение к внешним организациям позволяло выполнить заказ за месяц, что также было очень долго и дорого. В последние годы связи с внешними организациями нарушились, и положение стало безвыходным. Встала задача радикально преобразовать модельный цех и довести срок выполнения заказов до 10–12 дней, сократив цикл в 10 раз.

Рассмотрим еще один пример использования реинжиниринга как разновидности инновационной стратегии, направленной на перестройку деловых процессов на примере фирм IBM Credit и Ford Motors.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	<b>стр. 16 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Фирма IBM Credit представляет собой филиал фирмы IBM и занимается весьма доходным бизнесом: кредитованием клиентов, которым IBM продает компьютеры, программы и предоставляет услуги. Проблема IBM Credit состояла в том, что при существующем технологическом цикле решение вопроса о кредитовании клиента занимало в среднем 6 дней (144 часа), а в сложных случаях — до двух недель. Чрезмерная длительность принятия решения приводила к потере клиента, так как он за это время находил другой источник финансирования. Кроме того, компания при существующем технологическом цикле не могла ответить на вопрос клиента, на каком шаге обработки находится его запрос и когда будет дан ответ?

Большая длительность была вызвана тем, что обработка запроса осуществлялась в пять шагов, выполняемых последовательно в пяти различных подразделениях компании. Два старших менеджера IBM Credit решили сами пройти с не-сколькими запросами клиентов все пять шагов. Эксперимент показал, что собственно на обработку запроса затрачивается всего 90 мин., а остальное время расходуется на передачу запроса из одного подразделения в другое.

В начале 80-х годов компания Ford, подобно многим другим компаниям Америки, искала способы сокращения административных издержек. Компания верила, что расходы можно сократить в отделе оплаты счетов (ООС). Процесс, в котором участвует это подразделение, называется «поставки». Этот процесс со-стоит в обработке трех видов документов: заказ на приобретение, документ по-лучения и накладная. Если все три документа соответствуют друг другу, что счет подлежит оплате.

Именно эта процедура сверки занимает наибольшее количество времени. На тот момент в ООС работало более 500 человек. Руководство компании предполагало, что использование компьютеров позволит сократить число сотрудников на 20%. Менеджеры фирмы Ford считали, что 20 %-ное сокращение численности работающих — вполне хороший результат. Но, посетив фирму Mazda, они отмети-ли, что там оплатой занимается всего 5 человек (вместо 500 в компании Ford), хотя Mazda меньше, чем Ford, явно не в 100 раз.

Вопросы:


1. Каким образом необходимо поступить руководству фирмы «Модерн» для преобразования своего производства и улучшения реализации инновационных проектов?
2. Какие шаги должны быть предприняты компанией IBM Credit для улучшения показателей своей деятельности?
3. Мог ли быть подвергнут реинжинирингу отдел оплаты счетов фирмы IBM Credit и что выступает объектом реинжиниринга?
4. Верно ли решение руководства фирмы Ford о сокращении численности. Если нет, то, что необходимо предпринять в сложившейся ситуации?

Тема: Регулирование инновационной деятельности

Задание 6

В Северной столице не просто любят мороженое. Потребляют его здесь в три раза больше, чем в Москве, при этом ассортимент в этой категории шире, чем в большинстве российских регионов: местные производители охотно обмениваются своей продукцией с



	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	стр. 17 из 21	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

заводами других городов, с одной стороны, закрывая спрос в Питере, а с другой – расширяя собственные рынки сбыта.

По наблюдениям петербургских оптовиков, специализирующихся на продаже мороженого, каждую неделю в Петербург ввозится мороженого не менее чем на 3 млн. руб. и вывозится на 2 млн. руб. В отличие от Москвы, житель которой в среднем потребляет 2,5 кг мороженого в год, петербуржец ведает около 8 кг.

В Петербурге действуют четыре крупных производителя мороженого. Летом Хладокомбинат 1 производит 60 - 80 т в сутки, Талосто – порядка 18 т, Колибри – около 15 т, Петрохолд – более 8 т.

Как считают эксперты, более 60% петербургского рынка мороженого удерживают местные производители. В Петербурге еще есть место для локальной продукции. «Ситуация станет критичной, когда нашим мороженщикам останется только половина рынка», – говорит Дмитрий Шилов, менеджер по рекламе и маркетингу компании Талосто. «Петербургский рынок очень перспективен, так как в Петербурге едят мороженое и зимой, и летом», – считает Светлана Ступина, заместитель директора Хладокомбината 1.


В Петербург ввозится либо очень дешевая продукция, либо достаточно дорогая продукцию Айс-Фили – мороженое под марками Северная Венеция, Жемчужина России. А, например, петрозаводский Славмо среди прочего привозит в Петербург мороженое с творогом и йогуртом, которого здесь больше никто не предлагает.

Петербургские заводы обмениваются с производителями из других городов мороженым разной ценовой категории или вида, восполняя таким образом недостаток собственного ассортимента. Так, Петрохолд заключил бартерные соглашения с Тульским хладокомбинатом, с подмосковным Коломенским хладокомбинатом и Сервис-холодом, а крупнейший петербургский производитель мороженого Хладокомбинат 1 работает на той же основе с Тверским хладокомбинатом. С большинством регионов, которые небогаты мороженым и испытывают пиетет к петербургской продукции, отношения носят более цивилизованный характер. Так, петербургское мороженое оптовики закупают для Северо-Западного региона, Сибири, Одессы, Ростова, Сочи. Петрохолд вагонами отправляет свои популярные батончики Митя, Даша и Белые ночи на Камчатку. Разработаны самолетные рейсы, которыми мороженое доставляется в Норильск, Воркуту, Надым, Салехард и другие северные города. На такие маршруты приходится всего 5% от общего объема поставок, и такой способ доставки увеличивает оптовые цены почти вдвое.

Для большинства петербургских мороженщиков региональные поставки – это в определенной степени диверсификация. Московский рынок остается для них лакомым, но труднодостижимым кусочком. Московский рынок тесен, так как производственные мощности московских предприятий, специализирующихся на производстве мороженого, превышают потребности Москвы. Зато, по словам Дмитрия Шилова из Талосто, оптовая торговля в Москве весьма перспективна – здесь производятся закупки для торговли в Калининской, Тверской областях и в Поволжье. «Учитывая московские цены, даже издержки по транспортировке оставляют нашу продукцию конкурентоспособной», – заметил Шилов.

Вопросы:

1. Как вы оцениваете перспективы мороженого с творогом и йогуртом? Постройте матрицу SWOT-анализа.
2. Какие инновационные решения Вы бы предложили для завоевания рынка Москвы?

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	<b>стр. 18 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3. Какие инновационные решения Вы бы предложили для завоевания рынка нашего города?

Тема: Управление инновациями в сфере наукоемких технологий

Задание 7

Инновационный проект, рассчитанный на 15 лет, требует инвестиций в размере 150 000 \$. В первые 5 лет никаких поступлений не ожидается, однако в последующие 10 лет ежегодный доход составит 50 000 \$. Следует ли принять этот проект при цене капитала 15 %?

Полные комплекты оценочных средств хранятся на кафедре.

#### **4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета (8 семестр).

##### **4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации**

Зачет по дисциплине для очной, очно-заочной и заочной форм обучения проводится в форме комплексной письменной работы, которая состоит из двух частей: теоретическая часть (решение тестовых заданий, ответы на теоретические вопросы) и практическая часть (решение практических заданий).

На зачете студент отвечает на 20 тестовых заданий, дает развернутый ответ на один теоретический вопрос и решает практическое задание.

Продолжительность зачета – 90 минут.

##### **4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств**

###### **4.2.1. Критерии оценивания теоретического вопроса**

Максимальный балл за ответ на теоретический вопрос – 16 баллов.

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Баллы	16 баллов	14 баллов	8-12 баллов	0-6 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
	Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения,	Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся допускает	Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми терминологическими



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

стр. 19 из 21

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	достаточным для высказывания лексическим запасом и терминологией дисциплины.	владеет достаточным для высказывания лексическим запасом и терминологией дисциплины.	терминологические ошибки, не оперирует лексическим запасом по теме.	ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.
--	--	--	---	--

#### 4.2.2. Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за решение практического задания – 14 баллов.

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Баллы	14 баллов	12 баллов	8-10 баллов	0-6 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
	выполнены все задания; оформление образцовое.	все задания выполнены с незначительными замечаниями; в оформлении нет грубых ошибок.	выполненные задания имеют значительные замечания; в оформлении есть недостатки.	задания выполнены не полностью или неправильно; оформление не соответствует требованиям.

#### 4.2.3. Критерии оценивания теста

Максимальный балл за тест – 10 баллов. Каждый правильный ответ оценивается в 0,5 балла.


Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Баллы	10 баллов	8 баллов	6 баллов	0-4 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций

#### 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего и рубежного контролей (для очной формы), полученные баллы суммируются с баллами за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета:

оценки «отлично» или «зачтено» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала,

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика			
Версия документа - 1	<b>стр. 20 из 21</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» или «зачтено» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

оценки «удовлетворительно» или «зачтено» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. «Удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

оценка «неудовлетворительно» или «не зачтено» (F; 0; 0 – 49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%):
  - предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: знание особенностей управления инновационными стратегиями развития организаций при управлении инновационными процессами в них, умение обосновывать решения по управлению рисками в инновационной деятельности организаций, анализировать инновационные проекты, формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы инновационных проектов организаций;
  - студент способен решать практические ситуационные задачи, отвечать на вопросы в форме закрытого и открытого теста. Количество правильных ответов – не менее 90%.
2. Продвинутый уровень соответствует оценке «хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%):
  - предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: знание основных функций и методов управления инновациями, необходимых для решения



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация инновационной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Экономика и финансы» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Версия документа - 1

**стр. 21 из 21**

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- профессиональных задач в инновационных организациях, комплекса организационных форм, обеспечивающих инновационную деятельность организаций;
- студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого и открытого теста. Количество правильных ответов – не менее 75%.
3. Пороговый уровень соответствует оценке «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%):
- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных понятий инновационной деятельности организаций и теории инноватики, нормативных документов, связанных с регулированием инновационной деятельности и инновационных процессов в организациях;
  - студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.
4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%).