

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.09.2026 13:00:50
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ
ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Высшей школы
экономики и управления

Протокол от 26.12.2025 г. № 5

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Инновации и современные модели бизнеса

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

магистратуры

бакалавриата, специалитета,
магистратуры

«Стратегический менеджмент»

наименование образовательной программы

38.04.02 «Менеджмент»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Абрамова Л. А., доцент Высшей школы
экономики и управления, к.э.н.

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2025

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4.	Способен разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений, а также обеспечивать их реализацию	ИПК-4.1. Выявляет недостатки существующей системы и составляет перспективные планы развития, разрабатывает рекомендации по улучшению процедур управления организацией в соответствии с национальными или международными стандартами, повышению эффективности управления организацией ИПК-4.2. Обеспечивает реализацию корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знает:

- Современные модели маркетингового анализа
- Методологии оценки эффективности маркетинговых процессов
- Подходы к построению маркетинговой организационной структуры
- Модели управления маркетинговыми изменениями
- Природу сопротивления маркетинговым инновациям
- Критерии оперативного контроля реализации маркетинговой стратегии

Умеет:

- Проводить аудит маркетинговой деятельности компании
- Разрабатывать дорожную карту маркетинговых преобразований
- Оформлять рекомендации по улучшению маркетинговых процедур
- Декомпозировать общую корпоративную стратегию в маркетинговые тактические планы с распределением бюджетов по каналам.
- Разрабатывать план внутренних и внешних коммуникаций для синхронизации маркетинговых изменений с ожиданиями ключевых стейкхолдеров

Владеет:

- Инструментами сбора и обработки маркетинговых данных
- Методами приоритизации маркетинговых инициатив для выбора наиболее эффективных мер при ограниченном бюджете.
- Навыками составления технических заданий на разработку нового маркетингового инструментария
- Инструментами риск-менеджмента в маркетинге
- Методами оценки эффективности реализованных маркетинговых программ

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
1	Тема 1. Инновации как двигатель экономического развития: понятие, классификация и процесс	ПК-4
2	Тема 2. Эволюция бизнес-моделей: от традиционных к платформам	ПК-4
3	Тема 3. Генерация и отбор идей: дизайн-мышление, Lean Startup, открытые инновации	ПК-4

4	Тема 4. Управление инновациями и коммерциализация	ПК-4
5	Тема 5. Цифровая трансформация и устойчивые инновации	ПК-4

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«Неудовлетворительно» / 2
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«Удовлетворительно» / 3
		70-85,9	«Хорошо» / 4
Повышенный	86-100	86-100	«Отлично» / 5

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

ПК-4 Способен разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений, а также обеспечивать их реализацию

- Что из перечисленного является инновацией в экономическом смысле?
 - Открытие нового физического закона
 - Внедрение на рынок нового продукта с улучшенными свойствами
 - Публикация научной статьи
 - Изобретение, не нашедшее коммерческого применения
- Какой вид инноваций направлен на совершенствование методов производства и доставки товаров?
 - Продуктовые инновации
 - Процессные инновации
 - Маркетинговые инновации
 - Организационные инновации
- Кто ввёл в научный оборот понятие «инновация» как движущую силу экономического развития?
 - П. Друкер
 - Й. Шумпетер
 - Г. Минцберг
 - М. Портер
- Инновации, которые предполагают незначительные улучшения существующих продуктов, называются...
 - Радикальные
 - Базисные
 - Улучшающие
 - Псевдоинновации

5. Какой этап инновационного процесса связан с переводом научной идеи в опытный образец?
- А) Фундаментальные исследования
 - Б) Прикладные исследования и разработка
 - В) Внедрение в производство
 - Г) Коммерциализация
6. Что из перечисленного не является характерной чертой инновационной деятельности?
- А) Высокая степень неопределённости
 - Б) Длительный временной горизонт
 - В) Гарантированная прибыльность
 - Г) Необходимость инвестиций в знания
7. Организационные инновации направлены на...
- А) Создание новой продукции
 - Б) Внедрение новых методов управления и реструктуризацию
 - В) Разработку новых рекламных кампаний
 - Г) Оптимизацию логистических маршрутов
8. Какой показатель обычно используется для оценки инновационной активности предприятия?
- А) Доля затрат на НИОКР в выручке
 - Б) Коэффициент текущей ликвидности
 - В) Рентабельность собственного капитала
 - Г) Оборачиваемость дебиторской задолженности
9. Примером процессной инновации является...
- А) Внедрение нового дизайна автомобиля
 - Б) Переход на 3D-печать при изготовлении деталей
 - В) Запуск новой линейки напитков
 - Г) Изменение логотипа компании
10. Государственное регулирование инновационной деятельности в России включает...
- А) Запрет на иностранные патенты
 - Б) Налоговые льготы для инновационных предприятий
 - В) Установление фиксированных цен на инновации
 - Г) Обязательное лицензирование всех исследований
11. Какой элемент не входит в канву бизнес-модели Остервальдера?
- А) Ценностное предложение
 - Б) Каналы сбыта
 - В) Структура акционерного капитала
 - Г) Потоки доходов
12. В чём заключается ключевое отличие платформенной бизнес-модели от традиционной (конвейерной)?
- А) Платформа производит товары массово
 - Б) Платформа создаёт ценность за счёт взаимодействия разных групп пользователей
 - В) Платформа всегда использует облачные технологии
 - Г) Платформа не требует инвестиций
13. Что такое сетевой эффект в платформенных моделях?
- А) Увеличение издержек при росте числа пользователей
 - Б) Рост ценности платформы с увеличением числа её пользователей
 - В) Объединение нескольких платформ в альянс
 - Г) Эффект масштаба производства
14. Какой вызов чаще всего связывают с платформенными моделями?
- А) Низкая масштабируемость

- Б) Высокая капиталоемкость
 - В) Регуляторные и этические конфликты с традиционными игроками
 - Г) Отсутствие пользовательского интерфейса
15. Что такое «продукт как услуга» (Product-as-a-Service)?
- А) Продажа продукта с гарантией
 - Б) Переход от разовой продажи к аренде или подписке на продукт
 - В) Услуга по доставке продуктов питания
 - Г) Продукт, который оказывает услуги самостоятельно
16. Какой фактор не является драйвером распространения подписочных моделей?
- А) Развитие облачных технологий
 - Б) Снижение транзакционных издержек
 - В) Желание потребителей владеть продуктом навечно
 - Г) Удобство автоматического списания средств
17. Какой этап дизайн-мышления предполагает глубокое изучение потребностей пользователя через наблюдение и интервью?
- А) Прототипирование
 - Б) Тестирование
 - В) Эмпатия
 - Г) Генерация идей
18. Открытые инновации предполагают...
- А) Проведение всех исследований только внутри компании
 - Б) Активное привлечение внешних идей и партнёрств
 - В) Секретность всех разработок
 - Г) Использование только открытых лицензий
19. Какая из перечисленных организаций является классическим инструментом поддержки стартапов на ранней стадии?
- А) Венчурный фонд
 - Б) Бизнес-инкубатор
 - В) Банк развития
 - Г) Консалтинговая компания
20. Краудсорсинг как инструмент открытых инноваций означает...
- А) Привлечение финансирования от широкой публики
 - Б) Получение идей, решений или ресурсов от большого числа внешних участников
 - В) Аутсорсинг производства
 - Г) Создание совместного предприятия с конкурентами
21. Какой метод генерации идей предполагает смену ролей участников для рассмотрения проблемы с разных точек зрения?
- А) Мозговой штурм
 - Б) Метод 6 шляп
 - В) TRIZ
 - Г) Метод фокальных объектов
22. Акселераторы в отличие от инкубаторов обычно...
- А) Предоставляют рабочее пространство
 - Б) Ориентированы на быстрый рост и интенсивное обучение в течение короткого срока
 - В) Инвестируют в недвижимость
 - Г) Работают исключительно с государственными предприятиями
23. Какой критерий не является основным при отборе инновационных идей?
- А) Рыночный потенциал
 - Б) Техническая осуществимость
 - В) Количество соавторов идеи

- Г) Соответствие стратегии компании
24. Какой метод оценки инвестиционных проектов учитывает временную стоимость денег?
- А) Простой срок окупаемости
Б) Внутренняя норма доходности (IRR)
В) Бухгалтерская рентабельность
Г) Коэффициент прибыльности
25. Метод реальных опционов применяется для оценки инновационных проектов, когда...
- А) Проект абсолютно предсказуем
Б) Существует возможность отсрочки или изменения решения в будущем
В) Ставка дисконтирования равна нулю
Г) Денежные потоки отрицательны всегда
26. Дайте определение понятия «инновация».
27. Приведите классификацию инноваций по степени новизны.
28. Перечислите основные виды инноваций по объекту приложения (продуктовые, процессные и др.).
29. Чем инновация отличается от изобретения и открытия?
30. Назовите этапы классического инновационного процесса.
31. Какие факторы определяют успешность инновационного проекта?
32. Охарактеризуйте радикальные и улучшающие инновации.
33. В чём суть маркетинговых инноваций? Приведите примеры.
34. Назовите основные показатели инновационной активности предприятия.
35. Как государство регулирует инновационную деятельность в Российской Федерации?
36. Что такое бизнес-модель? Опишите её ключевые элементы (канва Остервальдера).
37. Назовите основные типы современных бизнес-моделей.
38. В чём сущность платформенных бизнес-моделей? Приведите примеры.
39. Опишите механизм сетевых эффектов на платформах.
40. Каковы особенности подписочных моделей (Subscription) и модели Freemium?
41. Что такое экономика совместного потребления (Sharing Economy) и какие вызовы она создаёт?
42. Перечислите преимущества платформенных моделей перед традиционными.
43. Охарактеризуйте модель «продукт как услуга» (Product-as-a-Service).
44. В чём отличие открытых инноваций как бизнес-модели от закрытых R&D?
45. Назовите основные риски платформенных бизнес-моделей.
46. В чём суть дизайн-мышления? Перечислите его этапы.
47. Какую роль играет эмпатия в дизайн-мышлении?
48. Опишите цикл «построить – измерить – учиться» в Lean Startup.
49. Дайте определение минимально жизнеспособному продукту (MVP).
50. Назовите основные инструменты генерации инновационных идей.
51. Какие критерии используются для отбора инновационных идей?
52. В чём отличие открытых инноваций от закрытых? Приведите примеры краудсорсинга.
53. Каковы функции бизнес-инкубаторов и акселераторов?
54. Что такое венчурное финансирование и как оно поддерживает инновации?
55. Перечислите методы оценки потенциала инновационной идеи.
56. Назовите основные этапы управления инновационным проектом.
57. Какие финансовые показатели используются для оценки инновационных проектов (NPV, IRR)?
58. В чём суть метода реальных опционов при оценке инноваций?

59. Опишите стратегию первопроходца и стратегию последователя при выводе инноваций на рынок.
60. Приведите классификацию потребителей по модели диффузии инноваций Роджерса.
61. Назовите факторы, влияющие на скорость диффузии инноваций.
62. Перечислите основные виды рисков при внедрении инноваций.
63. Какие инструменты используются для минимизации инновационных рисков?
64. Охарактеризуйте способы защиты интеллектуальной собственности в инновационной деятельности.
65. Назовите формы коммерциализации технологий и приведите примеры.
66. Дайте определение цифровой трансформации бизнеса.
67. Как искусственный интеллект и большие данные меняют бизнес-модели?
68. Приведите примеры применения интернета вещей (IoT) и блокчейна в инновациях.
69. Охарактеризуйте концепцию Индустрии 4.0 и её основные технологии.
70. В чём отличие Индустрии 4.0 от Индустрии 5.0?
71. Что такое умное производство и массовая кастомизация?
72. Как ESG-факторы влияют на инновационную стратегию компаний?
73. Приведите примеры «зелёных» инноваций и их преимущества.
74. Назовите перспективные технологические направления развития на ближайшие 5–10 лет.
75. Какие компетенции необходимы менеджерам в условиях цифровой экономики?