

**Приложение 2 к РПД Малый бизнес и стартап
38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль)
Логистика и управление предприятием
Форма обучения – очная
Год набора – 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Экономики и управления
2.	Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
3.	Направленность (профиль)	Логистика и управление предприятием
4.	Дисциплина (модуль)	Малый бизнес и стартап
5.	Форма обучения	Очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

ПК-5 Способен совершенствовать организацию документооборота, эффективно использовать имеющиеся ресурсы для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Вводная мотивационная лекция: технологический бизнес и интернет-предпринимательство	ПК-5	— практику организации работы предприятия в интернет-сфере	— вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов;	-	-
Бизнес-модель стартапа	ПК-5	специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства; - инструменты исследования и анализа рынка; — - основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере	разрабатывать и реализовывать бизнес-модели; - использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; —	навыками поиска идеи; - методами анализа рынка и соответствия ожиданиям потребителя; - навыками оценки экономической эффективности проекта —	Задание для самостоятельной работы №1-10
Продвижение проекта	ПК-5	стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства; - возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере.	планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в интернет-сфере.	маркетинговыми коммуникациями; - навыками выступления перед инвесторами.	Задание для самостоятельной работы №11-15. Выступление с презентацией - защита проекта

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

60 баллов и менее – «не зачтено», 61-100 баллов – «зачтено».

4. Критерии и шкалы оценивания:

1. Каждое выполненное задание для самостоятельной работы оценивается в 4 балла. Курс включает 15 заданий. Каждый неправильный ответ или допущенная неточность снижает оценку на 1 балл. В случае нарушения дедлайнов оценка снижается на 1 балл за каждый день нарушения. Если допущено 3 и более неточности (ошибок), задание не засчитывается, баллы не ставятся.

2. Выступление с презентацией - защита проекта. Критерии оценивания:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
Информация изложена полно и четко, даны ответы на все поставленные вопросы, сделаны выводы, отсутствуют ошибки	20
Единый стиль оформления, текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	10
Присутствуют иллюстрации, графики, таблицы	10
Мах количество баллов	40

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1. Задание для самостоятельной работы

Оцените размер рынка по доставке готового здорового питания в Москве

Решение:

Чтобы оценить рынок надо понять:

- сколько человек может позволить себе услугу;
- сколько человек следуют здоровому / правильному питанию;
- сколько человек хотят доставку (подписку).

Решение возможно тремя подходами:

1-й ПОДХОД (через доход):

- мы выяснили, что 9.8% населения Москвы (или 1,2 млн человек) имеют доход более 100 тыс.руб./мес.;
- мы также обнаружили 30 тыс. запросов в Яндексe на «правильное питание» (за месяц) в Москве и 17 тыс. запросов на «здоровое питание».
- мы сложили количество запросов и применили структуру дохода $47\ 000 * 9,8\% = 4\ 606$ потенциальных покупателей. Если принять средний кассовый чек равный 2000 руб., то $9,2\ \text{млн} * 365\ \text{дней} = 3,3\ \text{млрд. руб.}$ в год размер рынка.

2-й ПОДХОД (через каналы продвижения, фитнес-центры):

- 357 тыс. человек посещает фитнес клубы в год (550 клубов * 650 клиентов);
 - из них 30% сетевые бренды, 40-45% развивают бизнес-класс.
 $550 * 30\% * 45\% * 650 = 48\ 000$ чел. – целевая аудитория
- Учитывая, что это Москва: $48\ 000 * 9,8\% = 4\ 800$ (потенциальные покупатели)
 $4\ 800 * 2\ 000 * 365 = 3,5\ \text{млрд. руб.}$ в год размер рынка

3-й ПОДХОД (через конкурентов)

Известно о 7 конкурентах, которые (из СМИ) в день обслуживают 700-750 клиентов все вместе.

Учитывая конверсию в первую покупку (3%), и конверсию в повторную покупку (25%), для того, чтобы обслуживать 750 клиентов, надо было связаться не менее, чем с 25000 человек (750/3%), из которых протестировало не менее 3000 чел.

$3000 \cdot 2000 \cdot 365 = 2,2$ млрд. руб. в год размер рынка.

Проект говорит, что будет обеспечивать 250 клиентов в день.

Сравниваем подходы:

- 1-й подход — 4606 потенциальных покупателей, 3,4 млрд. руб.;

- 2-й подход — 4800 потенциальных покупателей, 3,5 млрд. руб.;

- 3-й подход — 3000 потенциальных покупателей, 2,2 млрд. руб.

По статистике, практически все стартапы при поиске первых инвестиций склонны переоценивать рынок в 100 раз. Факты говорят о том, что большинство бизнес-планов не выдерживают первую встречу с инвестором. И в первую очередь это связано с завышенной оценкой рынка.

5.2. Защита проекта. Выступление с презентацией по следующему плану:

1. «Команда проекта»: фото руководителей, мини-CV и их роли в проекте.
2. «Возможность»: боль, существующая на рынке, бизнес-возможность с примерами.
3. «Продукт/решение»: описание продукта, эксплуатирующего бизнес-возможность плюс ценностное предложение.
4. «Бизнес-модель»: с примерами на отдельном слайде.
5. «Метрика и экономика» (не для всех проектов): unit-экономика проекта.
6. «Рынок»: описание рынка и его основные драйверы, обоснование необходимости инвестиций.
7. «Потребность в финансировании»: обоснование того, зачем продукту нужны инвестиции.
8. «План разработки»: ясный план разработки проекта.
9. «Маркетинговый план»: go to market strategy и партнерские программы или иные драйверы доходов.
10. «Финансовый план»: связка бизнес-метрик с финансовыми метриками «снизу-вверх» в виде наглядных графиков.
11. «Оценка проекта»: ориентиры по денежной оценке проекта с обоснованием.
12. «Возможная стратегия выхода инвестора»: ориентиры по дивидендам или по выходу из проекта (суммы, сроки, покупатели, причины и т.д.)

Порядок слайдов не является обязательным, но рекомендуется его придерживаться, так как логичное представление формирует комплексную картину о проекте.

5.3. Вопросы к зачету:

1. Фонд развития интернет-инициатив (ФРИИ)
2. Бизнес в интернете.
3. Стартап.
4. Вызовы цифровой экономики.
5. Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею.
6. Команда стартапа – кто должен быть.
7. Как собрать и мотивировать команду стартапа.
8. Анализ рынка.
9. Оценка потенциала рынка.
10. Анализ конкурентов.
11. Сегментация и целевая аудитория.
12. Клиентское развитие.
13. Поиск и изучение клиентов.

14. Тестирование каналов.
15. От идеи к продукту.
16. MVP.
17. Финансы стартапа.
18. Модели монетизации.
19. Метрики стартапа и экономика продукта.
20. Бизнес-модель.
21. Ценностное предложение.
22. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей.
23. PR стартапа.
24. Инвестиции.
25. Источники инвестиций.
26. Виды инвесторов.
27. Требования фондов. Почему отказывают фонды.
28. Подготовка питча для инвесторов – на что обратить внимание.