

**Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской  
Федерации» (Финансовый университет)  
Калужский филиал Финуниверситета  
Кафедра «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

**Директор Калужского филиала  
Финуниверситета**

  
\_\_\_\_\_ **В.А. Матчинов**

**«01» октября 2024 г.**

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **СОЦИАЛЬНЫЙ СТАРТАП: ОТ ИДЕИ К РЕАЛИЗАЦИИ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:** 39.03.01 «Социология»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА:** «Экономическая  
социология»

**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ:** очная

Автор: Данилова Л.Н.

Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»  
Калужского филиала Финуниверситета  
(протокол № 03 от 27.09. 2024 г.)

Калуга, 2024

## 1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Социальный стартap: от идеи к реализации» является дисциплиной модуля «Инструменты социологии финансового поведения» цикла профиля части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана основной образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» образовательная программа «Экономическая социология».

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКН-4	Способен разрабатывать и согласовывать проектную документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя	Владеет приёмами работы с заказчиком, идентифицирует их потребности и интересы	Знания: приёмов работы с заказчиком, идентификации его потребностей и интересов.  Умения: использовать приёмы работы с заказчиками, идентифицировать их потребности и интересы.
		Применяет действующие нормы и правила оформления коммерческого предложения.	Знания: действующих норм и правил оформления коммерческого предложения.  Умения: применять действующие нормы и правила оформления коммерческого предложения.
		Владеет навыками социального взаимодействия с заказчиком и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.	Знания: приемов социального взаимодействия с заказчиком и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.  Умения: использовать навыки социального взаимодействия с заказчиком и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.
		Разрабатывает и обосновывает техническое задание, смету, план-график реализации проекта и регламенты по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.	Знания: основ разработки и обоснования технического задания, сметы, план-графика реализации проекта и регламентов по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.  Умения: разрабатывать и обосновывать техническое задание, смету, план-график реализации проекта и регламенты по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.
		Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком.	Знания: исследовательской этики социального взаимодействия с заказчиком.  Умения: применять и демонстрировать исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком.
ПКП-3	Способность выстраивать коммуникации и в	Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и	Знания: основ организации взаимодействия с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями,

	проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта.	участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта  Умения: организовать взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта
		Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.	Знания: исследовательской этики социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.  Умения: применять и демонстрировать исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.

### 3. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Объем дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 39.03.01 «Социология» образовательная программа «Экономическая социология» (очная форма обучения)

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	7 семестр (в часах)	8 семестр (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 з.е. /108 ч.</b>	<b>108</b>	-
<b>Контактная работа – Аудиторные занятия</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	-
<i>Лекции</i>	16	16	-
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>74</b>	<b>74</b>	-
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет	-

#### 4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов регулируется соответствующими приказами, распоряжениями ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

#### 5. Типовые задания для текущего контроля

##### Тестовые задания, ситуационные задачи, проблемные вопросы для обсуждения и другие материалы

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-4. Способен разрабатывать и согласовывать проектную документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя	Владеет приемами работы с заказчиком, идентифицирует их потребности и интересы	Знания: приемов работы с заказчиком, идентификации его потребностей и интересов.  Умения: использовать приемы работы с заказчиками, идентифицировать их потребности и интересы.	<u>Задание 1.</u> Исходя из информации о потенциальном инвесторе стартапа, опишите, какие могут быть у него потребности и интересы для вложения средств в стартап <u>Задание 2.</u> Разбейтесь на группы по 4-5 человек. По информации о социальном стартапе, выдаваемой преподавателем, разыграйте ситуацию ведения переговоров с заказчиков (инвестором стартапа), где одна группа – представители команды стартапа, другая – сторона инвестора.
	Применяет действующие нормы и правила оформления коммерческого предложения.	Знания: действующих норм и правил оформления коммерческого предложения.  Умения: применять действующие нормы и правила оформления коммерческого предложения.	<u>Задание</u> По информации о социальном стартапе, выдаваемой преподавателем, составьте коммерческое предложение для инвестора стартапа в виде презентации.
	Владеет навыками социального взаимодействия с заказчиком и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.	Знания: приемов социального взаимодействия с заказчиком и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.  Умения: использовать навыки социального взаимодействия с заказчиком и другими	<u>Задание 1.</u> В табличной форме представьте максимально возможное количество триггеров, которые можно использовать для социального взаимодействия с потенциальным инвестором стартапа. <u>Задание 2</u> Охарактеризуйте основные факторы, влияющие на социальное взаимодействие с государственными и коммерческими организациями, участвующими в исследовательской

		структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе.	работе в рамках реализации идей социального стартапа.
	Разрабатывает и обосновывает техническое задание, смету, план-график реализации проекта и регламенты по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.	Знания: основ разработки и обоснования технического задания, сметы, план-графика реализации проекта и регламентов по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.  Умения: разрабатывать и обосновывать техническое задание, смету, планграфик реализации проекта и регламенты по обеспечению конфиденциальности и достоверности информации.	<u>Задание 1</u> Перечислите важнейшие требования к наполнению технического задания по разработке элементов продвижения стартапа в медиапространстве. <u>Задание 2</u> Составьте план-графика реализации социального стартапа с привязкой дат к медиаплану.  <u>Задание 3</u> Изучите примеры регламентов по обеспечению конфиденциальности информации об инвестициях в стартап. Опираясь на сделанные выводы, разработайте приложение к трудовому договору с потенциальным сотрудником стартапа, регламентирующее обеспечению конфиденциальности информации о стартапе.
	Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком.	Знания:исследовательской этики социального взаимодействия с заказчиком.  Умения: применять и демонстрировать исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком.	<u>Задание 1</u> Дайте определение понятия «исследовательская этика социального взаимодействия с бизнес-ангелом стартапа». <u>Задание 2</u> Используя навыки, полученные во время обучения в вузе, а также практический опыт социальной коммуникации, разработайте презентацию с основными идеями социального стартапа (тему определяет преподаватель) для ее показа потенциальному инвестору и дальнейшей защите.
<u>ПКП-3</u> Способность выстраивать коммуникации в проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта.	Знания: основ организации взаимодействия с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта  Умения: организовать взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе,	<u>Задание 1</u> Исходя из целей и задач социального стартапа, составьте алгоритм ведения переговоров с потенциальными инвесторами, спонсорами и представителями государственных структур по поводу защиты сметы необходимых финансов для реализации наработок стартапа.  <u>Задание 2</u> Проанализируйте запросы на проведение исследований для обоснования идей стартапа среди его целевой аудитории. Результаты анализа представьте в виде краткого отчета о проведенном социологическом исследовании.  <u>Задание 3</u>

		исходя из целей и задач социологического проекта	В роли топ-менеджмента стартапа разыграйте ситуацию ведения переговоров по организации исследовательской работы, исходя из анализа рынка и запросов целевой аудитории стартапа.
	Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.	<p>Знания: исследовательской этики социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.</p> <p>Умения: применять и демонстрировать исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.</p>	<p><u>Задание 1</u>          Ответьте на вопрос: по вашему мнению, нужно ли обговаривать с инвестором стартапа тип выборки, которую вы предполагаете использовать в вашем исследовании для обоснования идей стартапа и, если да, то почему?</p> <p><u>Задание 2</u>          Представьте, что техническое задание на исследование предполагало проведение массового анкетного опроса и фокусированных групповых интервью. Какие материалы должны быть в этом случае представлены в отчете в качестве приложений? Должны ли обсуждаться данные инструменты сбора информации с инвестором?</p>

## **6. Материалы для промежуточной аттестации**

### **6.1. Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине**

1. Стартапы: сущность и основные составляющие развития.
2. Современные модели финансирования стартапов.
3. Методический инструментарий оценки привлекательности стартапов.
4. Стартапы и бизнес-инкубаторы.
5. Факторы успеха социального стартапа в России.
6. Ключевые этапы развития стартапа.
7. Предварительные исследования привлекательности социального стартапа.
8. Инновационные стартапы в России: проблемы создания и продвижения.
9. Социологические опросы: виды, возможности и ограничения их применения для исследований стартапов.
10. Наблюдение и анализ документов: особенности применения в интересах развития стартапа.
11. Область применения качественных исследований в интересах развития социальных стартапов.
12. Социологический мониторинг общественного мнения и его применение в интересах стартапа.
13. Разделение долей между соучредителями стартапа.
14. Бизнес-акселераторы и их использование для создания социального стартапа.
15. Венчурные инвестиции в социальный стартап.
16. Бизнес-ангел социального стартапа.
17. Минимально жизнеспособный продукт (MVP).
18. Тестирование идеи стартапа (pre-seed).
19. Альфа- и бета-тестирование идеи стартапа.
20. Методология создания и управления стартапами PRINCE2 (Projects In Controlled Environments): преимущества и недостатки метода PRINCE2.
21. Японский стандарт по управлению проектами P2M: принципы, достоинства и недостатки.
22. Методология «бережливый стартап».
23. Субсидирование социальных стартапов государством.
24. Поиск инвестиций в социальный стартап в среде коммерческих организаций.
25. Венчурные фонды и краудфайдинг при создании стартапа.
26. Конкурсные и тендерные мероприятия при создании стартапов.
27. Обоснование и документация социального стартапа.
28. Переговоры с инвестором стартапа.
29. Схема создания и управления проектом и стартапом.
30. Менеджер проекта. основные функции менеджера проекта.
31. Формирование и состав команды единомышленников в социальном стартапе.
32. Партнёрское соглашение: особенности и возможные конфликты.

33. Договор доверительного управления бизнесом.
34. Требования к презентации по итогам разработки социального стартапа.

## **6.2. Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации**

### **Тестовые задания**

В сферы деятельности стартапа в СП НЕ входит:

- А) обеспечение культурно-просветительской деятельности
- Б) предоставление услуг в сфере физической культуры
- В) деятельность по охране окружающей среды
- Г) нет правильного ответа

2. Исследователем в области социального предпринимательства НЕ является:

- А) К.Альдерфер
- Б) Гр.Диз
- В) Б.Дрейтон
- Г) Ч. Лидбитер

3. Потребность в гетерогенизации социальных услуг означает их:

- а) индивидуализацию
- б) стандартизацию
- в) удешевление
- г) исчезновение

4. Сфера социального предпринимательства – это:

- а) исключительно благотворительность
- б) исключительно бизнес
- в) сектор на стыке благотворительности и бизнеса
- г) все ответы неверны

5. Стратегии, связанные с улучшением продукта стартапа в СП, называются стратегиями

- А) интегрированного роста
- Б) интенсивного роста
- В) диверсифицированного роста
- Г) сокращения

6. Миссия стартапа в СП отражает

- А) философию организации
- Б) основные показатели развития организации
- В) план по прибыли и рентабельности
- Г) верно А), Б) и В)



7. Основной целью проведения SWOT - анализа стартапа в СП является:
- а) мониторинг сильных и слабых сторон социальной организации, возможностей и угроз для нее со стороны внешней среды
  - б) оценка уровня конкуренции на рынке, анализ сильных сторон социальной организации;
  - в) анализ сильных и слабых сторон социальной организации;
8. Недостаток адаптивных организационных структур стартапов заключается в
- А) преувеличении значимости стандартизированных правил
  - Б) негибкости структуры
  - В) сложности структуры
  - Г) верно А), Б) и В).
9. Линейный тип организационной структуры характерен для:
- а) крупных корпораций
  - б) фирм среднего размера
  - в) малых фирм
  - г) фирм любого размера
10. Самым желательным коммуникационным стилем является
- А) реализация себя
  - Б) открытие себя
  - В) защита себя
  - Г) все определяет ситуация
11. Какой из приведенных вариантов относится к тиражированию социального бизнеса:
- а) увеличение объема выпуска продукции социальным предприятием;
  - б) открытие филиала организации;
  - в) передача социальной бизнес – модели другой организации, расположенной в другом регионе;
  - г) наращивание социальным предприятием собственных мощностей.
12. Создание партнерских структур в рамках тиражирования социального бизнеса предполагает:
- а) создание филиальной сети;
  - б) использование социального франчайзинга;
  - в) создание дистрибуторской сети;
  - г) поиск организации – партнера, которая будет реализовывать данный социальный проект
13. Использование реферальных программ стартапа в СП – это:
- А) метод поиска работников через средства массовой информации;
  - Б) метод поиска работников через специализированные кадровые агентства;

- В) поиск работников на основе личных рекомендаций;
- Г) метод открытого поиска.

14. Какая из перечисленных задач не относится к деятельности службы персонала социального предприятия?

- а) организация фандрайзинговой кампании;
- б) разработка системы мотивации сотрудников;
- в) создание системы адаптации сотрудников;
- г) подбор новых сотрудников.

15. Адаптация, связанная с освоением работником стартапа в СП своих трудовых обязанностей – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

16. Прибыль стартапа в СП - это финансовый результат деятельности, характеризующийся:

- А) превышением расходов над доходами;
- Б) превышением доходов над расходами;
- В) равенством доходов и расходов.

17. Бизнес-план стартапа в СП представляет собой:

- а) всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует, а также системы управления, в которой он нуждается для достижения поставленных целей;
- б) описание технологического процесса создания нового продукта или услуги;
- в) описание результатов кабинетных исследований рынка и возможностей для нового бизнеса;
- г) заявку на получение кредита в банке.

18. Бизнес-план, который предприниматель пишет сам для себя, является:

- а) внутренним неформальным бизнес-планом, все содержание которого можно уместить на нескольких страницах;
- б) внутренним частично формальным бизнес-планом, в котором описательная часть выполняется в свободной, а расчетная в строго регламентированной форме;
- в) публичным бизнес-планом, разрабатываемым по общепринятым структуре, содержанию и оформлению;
- г) простым копированием уже имеющихся бизнес-планов в сети Интернет.

19. Точка безубыточности – это ....

- а) максимально возможный объем продаж при отсутствии конкуренции на рынке;
- б) средний за год объем продаж;
- в) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет терпеть убытки;
- г) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет платить налоги.

20. Если к процессу поиска средств для реализации стартапа в СП привлечены специализированные консалтинговые фирмы, то такой фандрайзинг называется:

- а) социальный;
- б) проектный;
- в) внешний;
- г) внутренний.

21. Какой из следующих источников финансирования социальных предприятий не является внешним:

- а) прибыль социального предприятия;
- б) полученный социальным предприятием грант;
- в) государственная субсидия;
- г) кредит банка.

22. Бизнес-ангелами стартапа в СП могут быть:

- а) социальные предприятия;
- б) физические лица;
- в) венчурные фонды;
- г) любые частные компании.

23. Прибыль социальной организации - это финансовый результат деятельности, характеризующийся:

- а) превышением расходов над доходами;
- б) превышением доходов над расходами;
- в) равенством доходов и расходов

### 6.3. Типовые практико-ориентированные задания для проведения промежуточной аттестации

Задание 1. В таблице представлен прогноз движения денежных средств по старту X на первые три года его функционирования. А) За каждый прогнозный год определите прибыль, налог на прибыль, денежные потоки от операционной, инвестиционной, финансовой деятельности, полный и бездолговой денежный поток. Б) Проанализируйте полученные результаты. Есть ли необходимость в привлечении заёмного капитала? Если да, то проработайте план финансирования на основе условий предоставления банковских кредитов, доступных в сети Интернет. Внесите соответствующие коррективы в таблицу с учётом привлечения, погашения и обслуживания долга. В) Предложите, каким образом можно было бы улучшить показатели стартапа.

**План продвижения средств по старту X (в тыс. руб.)**

Годы	1	2	3
Инфляция		4,10%	3,70%
<b>Операционная деятельность</b>			
Стоимость реализации 1 шт.	10,731	11,17	11,58
Объём реализации, шт.	297	831	1899
<b>Выручка от реализации без НДС</b>	<b>3187,1</b>	<b>9283,1</b>	<b>21998,6</b>
Расходы на выплату заработной платы	720,0	749,5	777,3
Страховые взносы	217,4	226,4	234,7
Сырье, основные материалы	2970	7064	11394
Коммунальные услуги	75,0	78,1	81,0
Аренда производственного помещения	360,0	374,8	388,6
Амортизация*	146,1	146,1	255,0
Бухгалтерские, банковские услуги	270	281,1	291,5
Маркетинговые расходы	768,5	1057	633,5
Логистическое и складское обслуживание	45,0	124,9	233,3
Исследование патентной чистоты	70,8	0	0
Оформление патентной заявки	0	13,1	0
Госпошлины	0	1,2	1,2
Налог на прибыль			
<b>Денежный поток от операционной деятельности</b>			
<b>Инвестиционная деятельность</b>			
Инвестиции в основные средства	(1168,5)**	0	(981,3)
Дополнительные НИОКР	(1800)	0	0
Получение регистрационного удостоверения на продукцию	(450)	0	0
Оформление технических условий на продукцию	(675)	0	0
<b>Денежный поток от инвестиционной деятельности</b>			
<b>Финансовая деятельность</b>			
Вклады в уставный капитал со стороны организаторов стартапа и партнеров	6600	0	0
<b>Денежный поток от финансовой деятельности</b>			
Сальдо трёх потоков			
Остаток средств на конец периода			
Бездолговой денежный поток			
Полный денежный поток			

Задание 2. Имеется проект в сфере социального бизнеса со следующими условиями: - горизонт планирования – 10 лет, - первоначальные инвестиции 200 000 у.е. (учет к концу первого года), - CF за каждый год проекта положителен – 50 000 у.е. (начиная со 2 года), - коэффициент дисконтирования принять равным 12 %. Необходимо рассчитать NPV, IRR, сроки окупаемости проекта, индекс доходности (дисконтирование с учетом того, что все доходы и расходы аккумулируются к концу года). Сделать выводы.

Задание 3. По данным таблицы определить (при ставке дисконтирования =16%) по проекту социального предпринимателя:

- Чистую стоимость проекта;
- Рентабельность инвестиций;
- Недисконтированный и дисконтированный срок окупаемости проекта;
- Внутреннюю норму рентабельности.

Стоит ли принимать данный проект, если для его реализации привлекаются заемные средства под 20% годовых? Обоснуйте ответ.

Период времени реализации инвестиционного проекта t, лет	Начальные инвестиционные затраты (-) и чистые денежные потоки (+,-), руб.
Начальный период инвестирования (t = 0)	-800000
Первый год (t = 1)	+70000
Второй год (t = 2)	+230000
Третий год (t = 3)	+340000
Четвертый год (t = 4)	+450000
Пятый год (t = 5)	+520000

### Тестовые задания

Какой из следующих элементов чаще всего считается ключевым при запуске успешного стартапа?

Высокий бюджет

Широкий ассортимент продукции

Уникальное предложение (УСП)

Множество сотрудников

Какой фактор часто рассматривается как основной при оценке потенциального рынка для стартапа?

Цветовая гамма логотипа

Размер целевой аудитории

Температура в офисе  
Количество лайков в социальных сетях

Какой вид финансирования является наименее затратным и наиболее доступным для стартапов?

Ипотечный кредит  
Банковский кредит  
Привлечение инвестиций от ангелов  
Кредитная карта

Какой из перечисленных подходов к маркетингу ориентирован на удержание существующих клиентов?

Продвижение в социальных сетях  
Программа лояльности  
Массовая рассылка рекламных брошюр  
Сезонные скидки

Что представляет собой SWOT-анализ в контексте социального стартапа?

Анализ последних новостей в отрасли  
Оценка потребительского спроса  
Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)  
Исследование конкурентов

Вопросы для обсуждения

1. Особенности и отличительные черты стартапа в социальном предпринимательстве.
2. Актуальные сферы стартап-бизнеса в социальном предпринимательстве.
3. Система целей стартап-бизнеса.
4. Основные стратегические ориентиры развития стартапа в социальном предпринимательстве.
5. Учет внешней и внутренней среды при формировании стратегии развития стартапа в социальном предпринимательстве.
6. Понятие и виды организационных структур управления стартапом.
7. Учет особенностей бизнеса при выборе организационной структуры стартапа в социальном предпринимательстве.
8. Этапы процесса проектирования организационной структуры управления стартапом.
9. Направления внешних коммуникаций стартапа в социальном предпринимательстве.
10. Информационная поддержка стартапа: целевая аудитория, инструменты. Особенности агрессивного продвижения стартапа.
11. Внутренние коммуникации: виды, уровни. Коммуникационные барьеры и пути их преодоления.

12. Содержание и инструменты мотивирования участников стартапбизнеса в социальном предпринимательстве.
13. Технологии командообразования и их применение в стартапах сферы социального предпринимательства. Распределение ролей участников команды стартапа в социальном предпринимательстве.
14. Источники финансирования стартапа в социальном предпринимательстве: классические и специфические.
15. Алгоритм выбора предпочтительных источников финансирования.
16. Направления оптимизации затрат стартапа в социальном предпринимательстве. Аутсорсинг.
17. Понятие и характеристики качества продукции и услуг стартапа в социальном предпринимательстве. Методы оценки качества.
18. Единичные и комплексные показатели качества продукции и услуг стартапа в социальном предпринимательстве.
19. Модель управления качеством стартап-бизнеса в социальном предпринимательстве.
20. Содержательные особенности презентации стартапа в социальном предпринимательстве

#### **6.4. Пример экзаменационного билета с указанием компетенций, проверяемых в каждом вопросе - не предусмотрено учебным планом**

#### **6.5. Примеры заданий с указанием компетенций, проверяемых на зачете Компетенция ПКН – 4, ПКП - 3**

1. Согласно современному российскому законодательству, социальное предпринимательство – это:

- а) совокупность людей, объединенных общей целью, с распределением между ними функций, полномочий и ответственности
- б) способ достижения долгосрочных целей коммерческой организации
- в) деятельность хозяйствующих субъектов, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан
- г) систематическое получение прибыли от продажи товаров и услуг

2. Критерий отнесения субъектов малого и среднего предпринимательства к социальным предприятиям, согласно российскому законодательству:

- а) Обеспечивать занятость социально уязвимых групп граждан;
- б) Обеспечивать доступ производимых социально уязвимыми группами граждан товаров (работ, услуг) к рынку сбыта;
- в) Осуществлять деятельность, направленную на производство ориентированных на социально уязвимые группы граждан товары (работы, услуги), направленные

на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества

г) все вышеперечисленное – верно

3. Сфера социального предпринимательства – это:

а) исключительно благотворительность

б) исключительно бизнес

в) сектор на стыке благотворительности и бизнеса

г) все ответы неверны

4. С точки зрения мотивационных предпосылок создание социального предприятия, важное значение имеет:

а) опыт

б) контент

в) верно а) и б)

г) неверно а) и б)

5. В каком законодательном акте РФ впервые был введен в оборот термин «социально ориентированные некоммерческие организации»?

а) в Гражданском кодексе РФ;

б) в Федеральном законе «О некоммерческих организациях»;

в) в Федеральном законе «Об общественных объединениях»;

г) в Федеральном законе «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации»

6. В какой правовой форме не может быть создано социальное предприятие?

а) некоммерческая организация;

б) коммерческая организация;

в) индивидуальный предприниматель;

г) казенное учреждение.

7. Если социальное предприятие применяют упрощенную систему налогообложения и принимает к учету только доходы, то единый налог составляет:

а) 6%;

б) 13%;

в) 15%;

г) 20%.

8. Если социальное предприятие применяют упрощенную систему налогообложения и принимает к учету доходы, уменьшенные на величину расходов, то единый налог составляет:

а) 6%;

б) 13%;



- в) 15%;
- г) 20%.

9. Замысел, который может быть использован как прообраз бизнеса, на основе которого может быть создано новое предприятие – это:

- а) бизнес – план;
- б) бизнес – идея;
- в) бизнес – возможность;
- г) проект

10. Если инновация реализуется многократно и тиражируется на большом числе объектов, она называется:

- а) единичной;
- б) диффузной;
- в) радикальной;
- г) модификационной.

11. Бизнес-план представляет собой:

- а) всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует, а также системы управления, в которой он нуждается для достижения поставленных целей;
- б) описание технологического процесса создания нового продукта или услуги;
- в) описание результатов кабинетных исследований рынка и возможностей для нового бизнеса;
- г) заявку на получение кредита в банке.

12. Бизнес-план, который предприниматель пишет сам для себя, является:

- а) внутренним неформальным бизнес-планом, все содержание которого можно уместить на нескольких страницах;
- б) внутренним частично формальным бизнес-планом, в котором описательная часть выполняется в свободной, а расчетная в строго регламентированной форме;
- в) публичным бизнес-планом, разрабатываемым по общепринятым структуре, содержанию и оформлению;
- г) простым копированием уже имеющихся бизнес-планов в сети Интернет.

13. Точка безубыточности – это ....

- а) максимально возможный объем продаж при отсутствии конкуренции на рынке;
- б) средний за год объем продаж;
- в) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет терпеть убытки;
- г) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет платить налоги.

14. Если к процессу поиска средств для реализации социального проекта привлечены специализированные консалтинговые фирмы, то такой фандрайзинг называется:

- а) социальный;
- б) проектный;
- в) внешний;
- г) внутренний.

15. Какой из следующих источников финансирования социальных предприятий не является внешним:

- а) прибыль социального предприятия;
- б) полученный социальным предприятием грант;
- в) государственная субсидия;
- г) кредит банка.

16. Бизнес-ангелами могут быть:

- а) социальные предприятия;
- б) физические лица;
- в) венчурные фонды;
- г) любые частные компании.

17. Какая из перечисленных задач не относится к деятельности службы персонала социального предприятия?

- а) организация фандрайзинговой кампании;
- б) разработка системы мотивации сотрудников;
- в) создание системы адаптации сотрудников;
- г) подбор новых сотрудников.

18. Адаптация, связанная с освоением работником своих трудовых обязанностей – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

19. Прибыль социальной организации - это финансовый результат деятельности, характеризующийся:

- а) превышением расходов над доходами;
- б) превышением доходов над расходами;
- в) равенством доходов и расходов.

20. Основной целью проведения SWOT - анализа является:

- а) мониторинг сильных и слабых сторон социальной организации, возможностей и угроз для нее со стороны внешней среды

- б) оценка уровня конкуренции на рынке, анализ сильных сторон социальной организации;
- в) анализ сильных и слабых сторон социальной организации;

21. Какой из приведенных вариантов относится к тиражированию социального бизнеса:

- а) увеличение объема выпуска продукции социальным предприятием;
- б) открытие филиала организации;
- в) передача социальной бизнес – модели другой организации, расположенной в другом регионе;
- г) наращивание социальным предприятием собственных мощностей.

22. Создание партнерских структур в рамках тиражирования социального бизнеса предполагает:

- а) создание филиальной сети;
- б) использование социального франчайзинга;
- в) создание дистрибьютерской сети;
- г) поиск организации – партнера, которая будет реализовывать данный социальный проект.

23. Результативность использования государственных или муниципальных средств при реализации социального проекта – это:

- а) социальная эффективность;
- б) социально – экономическая эффективность;
- в) коммерческая эффективность;
- г) бюджетная эффективность.

24. Оценка результатов социального проекта путем анализа «затраты – результативность» проводится в случае:

- а) когда выразить затраты на проект в денежной форме невозможно;
- б) когда выразить социальные результаты в денежной форме невозможно;
- в) когда возможно монетизировать социальные результаты проекта.

25. Оценка результатов социального проекта путем анализа «затраты – выгоды» проводится в случае:

- а) когда выразить затраты на проект в денежной форме невозможно;
- б) когда выразить социальные результаты в денежной форме невозможно;
- в) когда возможно монетизировать социальные результаты проекта.

## **7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом**

### **7.1. Тематика курсовых работ о дисциплине (не предусмотрено учебным планом)**

### **7.2. Варианты контрольных работ**

#### **Перечень вопросов контрольной работы**

1. Методический инструментарий оценки уровня инвестиционной привлекательности социального стартапа.
2. Анализ причин гибели и долгосрочные стратегии развития социальных стартапов (на конкретных примерах).
3. Социальное стартап-предпринимательство и производственные факторы его развития в современной России.
4. Ключевые факторы успеха социальных стартапов в России.
5. Социальные хайтек-стартапы: сущность и особенности поиска инвестиций в них.
6. Инновационные социальные стартапы в России: проблемы создания и маркетингового продвижения.
7. Инновационные социальные стартап-проекты: опыт, оценка, противоречия реализации.
8. Инновационные социальные стартапы в России: проблемы функционирования и основные факторы успеха.
9. Успешные отечественные и зарубежные социальные стартапы: сравнительный анализ.
10. Социальные стартапы на основе блокчейна.
11. Причины провала социальных стартапов (на конкретных примерах).
12. Выбор типа инновационной стратегии развития социального стартапа.

#### **Примеры заданий контрольных работ**

1. Дать характеристику каждому из нижеприведенных методов оценки стартапов;
2. Выделить их достоинства и недостатки;
3. Распределить методы на 2-е группы – экспертные и расчетные;
4. Указать какие из 2-х групп методов рекомендуется применять на ранних этапах создания социального стартапа, а какие на более поздних.

Методы оценки стартапов:

- затратный метод (восстановительный);
- метод Беркуса;
- метод нормы прибыли (метод венчурного капитала) через forward value;
- метод нормы прибыли (метод венчурного капитала) через terminal value;
- метод оценки потенциальной аудитории по стоимости клиента;
- метод оценки потенциальной аудитории по доходности клиента;

- метод оценки перспективной стоимости, основанный на коэффициентах (мультипликаторах) P/S, P/E, P/B и других;
- метод расчета по модели Ave Maria; - метод скоринга (Scorecard Method);
- метод PVN.