

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное АВТОНОМНОЕ образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»  
**Обнинский институт атомной энергетики –**  
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования  
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»  
**(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)**

Утверждено на заседании  
УМС ИАТЭ НИЯУ МИФИ  
Протокол от 30.08.2021 № 4-8/2021

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**- Глоссарий**  
**по учебной дисциплине**

Интернет-предпринимательство

---

для студентов направления подготовки  
38.03.05 Бизнес-информатика

---

образовательная программа

IT-инфраструктура организации

---

Форма обучения: очная

**г. Обнинск 2021 г.**

**Аутсорсинг (Outsourcing англ.)** – использование внешнего источника / ресурса, привлечение другой компании для выполнения определенных работ.

**Бережливое предпринимательство (Lean Startup, англ.)** – концепция итеративного подхода к разработке и запуску на рынок новых продуктов, суть которой в проверке гипотез с помощью эксперимента.

**Бизнес-ангел** – частный венчурный инвестор, обеспечивающий финансовую и экспертную поддержку компаний на ранних этапах развития.

**Бизнес-акселератор** – социальный институт поддержки стартапов. Понятие описывает как учреждения, так и организованные ими программы интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку в обмен на долю в капитале компании.

**Бизнес-инкубатор** – это организация, занимающаяся поддержкой стартап-проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации.

**Боль клиента (client's pain)** - это насущные проблемы, задачи клиента. То, что предприниматель желает выявить в процессе проработки с клиентом, понять, где у него сложности, и преподнести решение.

**Бизнес-модель** – это представление о том, как организация делает (или намеревается сделать) деньги. Бизнес-модель описывает ценность, которую организация предлагает различным клиентам, отражает способности организации, перечень партнёров, требуемых для создания, продвижения и поставки этой ценности клиентам, отношения с клиентами и капитал, необходимые для получения устойчивых потоков дохода.

**Бутстреппинг (Bootstrapping англ.)** – попытка развивать проект без денег инвесторов, на собственные сбережения.

**Вендоры** – разработчики решений и продуктов.

**Венчурный фонд** – инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектами (стартапами).

**Венчурные инвестиции** – финансовые вложения в новый бизнес, который еще не участвует на фондовом рынке.

**Воронка** – последовательность шагов (этапов), через которые клиент должен пройти, чтобы совершить покупку.

**Воронка бизнеса** - воронка, состоящая из двух частей: воронки маркетинга и воронки продаж.

**Воронка продаж** – важный инструмент, с помощью которого можно понять, сколько и на каком этапе продаж, теряется клиентов и денег. Построив воронку продаж, можно делать выводы о том, что надо наладить в продажах и какие действия принесут максимальный эффект. Воронкой можно назвать цепь последовательных шагов, пройдя которые пользователь трансформирует свою заинтересованность в действие, которое для вас важно (чаще всего это регистрация и покупка).

**Достижимый объем рынка (SOM – Share of the Market, англ.)** – объем рынка, который бизнес реально может захватить в конкретном временном периоде с учетом конкуренции, особенности среды и каналов продаж.

**Доступный объем рынка (SAM – Segmented Addressable Market or Served Available Market)** – объем рынка, показывающий, сколько клиентов и в каком объеме на целевом рынке нуждаются (но не обязательно могут купить) в продуктах, находящихся в той же категории, что и продукт, который бизнес предлагает.

**Инноваторы** – сегмент потребителей, которые стремятся опробовать инновации, обладают достаточными финансовыми ресурсами, способностью понимать и применять сложные технические знания.

**Кастомизация (customization, англ.)** – адаптация массового продукта под запросы конкретного потребителя путем частичного изменения продукции под конкретный запрос, доукомплектования товара дополнительными элементами или принадлежностями.

**Канал продаж** – совокупность трех элементов: канал привлечения; инструмент продаж (рекламный креатив, лендинг, презентация, скрипт холодного звонка, email-рассылка и т.п.); продукт (функционал, контент) и его цена.

**Конверсия** – отношение числа посетителей сайта, лендинга и т.д. к числу посетителей совершивших целевое действие.

**Конкурентное преимущество** – экономическая категория, означающая наличие у экономического субъекта уникальных характеристик, выгодно отличающих данный экономический субъект от других аналогичных субъектов на рынке.

**Краудфандинг (Crowdfunding, англ.)** – коллективное сотрудничество людей, на добровольной основе вкладывающих деньги для поддержки усилий других людей или организаций.

**Лендинг (Landing page)** - веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге. Главной задачей таких страниц является конвертация посетителя в покупателя или клиента компании, побуждение к целевому действию.

**Лид (Lead, англ.)** – потенциальный покупатель.

**Лидогенерация** – привлечение клиентов, лидов.

**ЛИН (LEAN, англ)** – концепция менеджмента, основанная на стремлении к минимизации всех видов потерь.

**Масс-маркет** – сегмент рынка массового спроса и предложения товаров и услуг, потребителями и покупателями которого являются представители широких слоев общества («массовый потребитель»).

**Масштабирование** – процесс кратного увеличения масштабов бизнеса (количества потребителей и / или оборота).

**Масштабируемость бизнес-модели** – способность и перспективность проекта вырасти в большой бизнес с выходом на другие рынки, или с выходом на другие клиентские сегменты, в том числе за счет услуг.

**Матрица позиционирования** – это инструмент визуального представления позиционирования конкурентов и свободной рыночной ниши. Выбираются два параметра (из тех, что важны для потребителя), преобразовываются в оси и размещаются конкуренты в соответствии с их положением относительно друг друга.

**Ментор** (mentor, англ., буквально - наставник) - человек, который исполняет в проекте роль консультанта, поддерживает его своими знаниями и опытом, помогает с поисками контактов нужных людей и инвестиций, но, как правило, не оказывает материальную поддержку.

**Модель монетизации** – описание того, на чем проект планирует зарабатывать.

**Минимальный жизнеспособный продукт (MVP – Minimal Viable Product, англ.)** – состояние продукта, позволяющее минимальными ресурсами с достаточной достоверностью подтвердить или опровергнуть гипотезу. Или версия продукта с минимальным функционалом, которая уже сможет быть в какой-то мере полезной пользователям.

**Питч** – короткая презентация проекта для инвестора.

**Позднее большинство** – сегмент потребителей, воспринимающие инновацию после «среднестатистического члена социальной системы», скептики.

**Посевная стадия финансирования (Seed, англ.)** - инвестиции, предоставляемые молодым компаниями для завершения разработки продукта и начала маркетингового продвижения.

**Площадка конвертации** - место, куда человек попадает при нажатии на рекламу перехода по ней.

**Предпосевная стадия финансирования (Pre-seed, англ.)** – инвестиции небольших сумм в потенциально прибыльный бизнес.

**Проблемные интервью** – тип интервью с потребителем, в котором выявляется наличие проблемы и определяется цена ее решения для клиента.

**Раннее большинство** – сегмент потребителей, у которых период восприятия инноваций дольше, чем у инноваторов и ранних последователей, охотно следуют за другими в процессе восприятия инноваций.

**Ранние последователи** – сегмент потребителей, формирующий группу «лидеров мнений» в большинстве социальных систем: к ним обращаются за советом и консультацией, они служат ролевой моделью для остальных членов социальной системы.

**Решенческие интервью** – тип интервью с потребителем, в котором определяется, готов ли клиент купить продукт с предлагаемой функциональностью.

**Стартап** – временная организация, созданная для поиска масштабируемой и прибыльной бизнес-модели в условиях ограниченных ресурсов и экстремальной неопределенности с целью быстрого роста.

**Тестирование каналов** – этап клиентского развития, в котором происходит масштабирование бизнеса.

**Целевая аудитория** – тот сегмент (один или несколько), который (е) выбирает для себя компания и с которым (и) будет работать.

**Ценностное предложение** – это внутренний документ, в котором закреплено в одно или несколько предложений конкурентное преимущество организации, доступное для всего рынка, в частности целевой аудитории. Ценностное предложение включает преимущества, ценности и затраты, которые получает потребитель с продуктом.

**ARPU** (Average Revenue per User, англ.) – средний доход с пользователя в единицу времени.

**Average Price** (Av. Price, англ.) – средняя цена покупки в приложении или сервисе, средняя стоимость одной продажи или средний чек (считается как среднее от всех продаж).

**B2B** («бизнес для бизнеса»), англ.) - термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это – юридические лица, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, т.е. на другой бизнес.

**B2C** («бизнес для потребителя»), англ.) - термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией и частным «конечным» потребителем.

**CPA** (Cost Per Acquisition, англ.) – стоимость привлечения одного посетителя / пользователя в начало воронки конверсии посетителей в покупателей (в некоторых случаях за CPA считается стоимость регистрации).

**Клиентское развитие (Customer Development, англ.)** – научный подход к созданию новых компаний (продуктов) в условиях неопределенности.

**LTV** (Lifetime Value) – доход с пользователя в течение всего срока пользования сервисом или приложением.

**Общий объем целевого рынка (TAM – Total Available or Addressable Market, англ.)** - показатель, указывающий, сколько клиентов и в каком объеме на целевом для компании рынке нуждаются в продуктах, находящихся в той же категории, что и продукт, который вы предлагаете.