

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе и
качеству образования – первый
проректор



Хагуров Т.А.

31 мая 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.Б.28 Технологии нововведений**

Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика

Направленность (профиль): Управление инновационной деятельностью

Программа подготовки: прикладной бакалавриат

Форма обучения: **очная**

Квалификация (степень) выпускника **бакалавр**

Краснодар 2019

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины - формирование у будущих специалистов понимание сущности и закономерностей создания и реализации нововведений в инновационной деятельности современной фирмы, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов в принятии управленческих решений современной компании. Курс призван ориентировать обучающихся на развитие способностей к маркетинговому управлению нововведениями, на принятие оптимальных управленческих решений в процессе организации и развития инновационной деятельности. Особое значение придается изучению путей, форм и методов практического применения огромного инструментария по управлению инновационной деятельностью в целях улучшения результатов функционирования на рынке российских предприятий и организаций в сфере инноваций.

1.2 Задачи дисциплины

Основная задача преподавания дисциплины - понять сущность, значение и роль нововведений в инновационной сфере.

Конкретными задачами изучения дисциплины являются:

- усвоение теоретических основ и специфики проведения исследований по поиску и использованию нововведений;
- приобретение навыков применения полученных в ходе обучения знаний для анализа конкретных практических ситуаций, касающихся организации деятельности инновационного предприятия;
- умение формировать систему маркетингового управления, соответствующую специфике отрасли и этапу становления компании, внедряющей инновацию
- проведение сегментирования и выбора ниши для инновации;
- осуществление позиционирования инновационного продукта.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Б1.Б.28 Технологии нововведений» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра «Общая экономическая теория», «Информатика», «Социология», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Теоретическая механика», «Инновационная экономика», «Промышленные технологии и инновации» и «Правовое обеспечение инновационной деятельности».

Технологии нововведений – это мультидисциплина, так как она использует принципы, теории и методы, заимствованные из дисциплин, изучающих инноватику, менеджмент, математику, системологию, экономическую теорию, информатику и пр. Данный курс имеет четкую ориентацию на использование современных информационных технологий, что представляет наибольший интерес в инновационной деятельности.

В свою очередь, данная дисциплина (модуль) является теоретической и методологической базой для изучения совокупности прикладных дисциплин, связанных с планированием, анализом и организацией инновационной деятельности на предприятии и организации. Данная дисциплина предвещает изучение следующих дисциплин (модулей): «Маркетинг в инновационной сфере», «Эргономика», «Бизнес-планирование», «Управление системой поставок», «Управление в организационных системах», «Бизнес-анализ», «Управление научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками», «Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов», «Технологический аудит», «Интеллектуальные технологии и представление знаний», «Национальные инновационные системы», «Инновации в финансовой сфере и финансовый инжиниринг», и «Информационно-документационное обеспечение инноваций».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций (ОПК) и профессиональных компетенций (ПК).

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	способностью обосновывать принятие технического решения при разработке проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения	Основные методики принятия технического решения при разработке проекта, выбор технических средств и технологий с учетом последствий их применения	обосновывать принятие технического решения при разработке проекта, выбирать технические средства и технологии с учетом последствий их применения	Навыками обоснования принятия технического решения при разработке проекта, выбора технических средств и технологий с учетом последствий их применения
1.	ПК-4	способностью анализировать проект (инновацию) как объект управления	теоретические основы для анализа проектов (инноваций) как объектов управления, инженерных задач и других теорий поиска нестандартных решений; принципы систематизации, обобщения, анализа и управления проектом (инновацией); методы поиска научно-технической информации по тематике проекта; проектную и аналитическую самостоятельную работу; принципы управления проектом (инновацией) в	применять теоретические конструкции для анализа проектов (инноваций) как объектов управления, инженерных задач и других теорий поиска нестандартных решений; систематизировать, обобщать, анализировать и управлять проектом (инновацией); применять методы поиска научно-технической информации по тематике проекта; реализовывать проектную и аналитическую самостоятельную работу; применять принципы управления	навыками применения теоретических основ для анализа проектов (инноваций) как объектов управления, инженерных задач и других теорий поиска нестандартных решений; навыками систематизации, обобщения, анализа и управления проектом (инновацией); навыками применения методов поиска научно-технической информации по тематике проекта; навыками проектной и аналитической самостоятельной работы; навыками применения принципов управления проектом

			организации, специфику управления проектом (инновацией) в различных организационных структурах	проектом (инновацией) в организации, специфику управления проектом (инновацией) в различных организационных структурах.	(инновацией) в организации, специфику управления проектом (инновацией) в различных организационных структурах.
--	--	--	--	---	--

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач. ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
3			
Контактная работа, в том числе:		54,2	54,2
Аудиторные занятия (всего)		52	52
В том числе:			
Занятия лекционного типа		18	18
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		34	34
Иная контактная работа:		2,2	2,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего)		17,8	17,8
В том числе:			
Курсовая работа		-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		6	6
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		6	6
Реферат		-	-
Подготовка к текущему контролю		1,8	1,8
Контроль:			
Подготовка к зачету		4	4
Общая трудоемкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	54,2	54,2
	зач. ед	2	2

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (очная форма)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1.	Сущность, этапы и направленность нововведений в организациях	14	4	6	4
2.	Организационные формы инновационной деятельности.	8	2	4	2
3.	Функциональное и проектное управление инновационной деятельностью.	14	4	6	4

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
4.	Критерии отбора нововведений.	8	2	4	2
5.	Роль специалистов в инновационной деятельности	8	2	4	2
6.	Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности.	8	2	4	2
7.	Основные направления стратегии сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала России.	9,8	2	6	1,8
	<i>Всего:</i>	69,8	18	34	17,8

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1.	Сущность, этапы и направленность нововведений в организациях	Эффективность деятельности организации и способность к нововведениям. Механизмы приспособления к изменившейся внешней среде, разнообразные преобразования и нововведения. Инноватика – как наука о целенаправленных изменениях, нововведениях в организации. Новшества, оформленные в виде: открытий; изобретений; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс; организационной, производственной или другой структуры; ноу-хау; понятий; научных подходов или принципов; документа (стандарта, рекомендаций, методики, инструкции и т.п.); результатов маркетинговых исследований и т.д. Основные факторы, влияющие на характер и направленность инновационного процесса. Инновационный процесс по А. И. Пригожину как системное явление. Методы уменьшения или полного устранения сопротивления инновациям. Цели управления инновационной деятельностью.	Краткий опрос в начале лекции
2.	Организационные формы инновационной деятельности	Организационные формы инновационной активности. Реализация региональных научно-технических и социальных программ. Развитие международных научно-технических и торговых отношений. Основные направления разработки научно-технической политики: ориентация производства на выпуск новых изделий, на быстрое техническое обновление выпускаемой продукции, на выпуск традиционных товаров для сбыта на новых рынках. Система коммуникационных каналов и последовательность их использования в продвижении продуктовой инновации.	Краткий опрос в начале лекции
3.	Функциональное и проектное	Масштаб инноваций и уровни инновационной деятельности предприятия. Технология проектного управления. Особенности	Краткий опрос в начале

	управление инновационной деятельностью	применения технологии проектного управления. Программные методы управления. Федеральные, президентские, региональные, отраслевые и объектные целевые комплексные программы и проекты. Уровни научно-технической значимости и масштабы инновационных проектов.	лекции
4.	Критерии отбора нововведений	Основные критерии отбора нововведений: финансово-экономические, нормативные, ресурсные и стратегические. Принципиальная возможность осуществления инновационного проекта. Построение маркетинговых служб на предприятии. Организационное построение по продукту, по функциям, по регионам, по группам потребителей, смешанные типы построения организационных структур маркетинговой деятельности. Роль гибких (временных) рабочих групп («по проекту»). Типовые организационные структуры маркетингового управления	Краткий опрос в начале лекции
5.	Роль специалистов в инновационной деятельности	Руководители и специалисты разных отраслей знаний, исполнители разных функций как участники инновационной деятельности. Четыре главных архетипа руководителей инновационной компании: Лидер, Администратор, Плановик и Предприниматель. Теории мотивации. Идентификация культурных ценностей. Классификация ценностей, влияющих на поведение сотрудников предприятия.	Краткий опрос в начале лекции
6.	Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности	Три главных типа моделей научно-инновационного развития промышленно развитых стран. Виды налоговых льгот, стимулирующие инновационную деятельность. Комплексное изучение рынка. Конъюнктурный и стратегический анализ рынка факторов внешней макро и микросреды. Классификация типов рынков. Механизмы возникновения и развития потребностей. Нужды и потребности. Направления маркетингового анализа потребителей. Индивидуальные и организованные потребители и основные группы мотиваций их покупательского поведения. Производственный и потребительский потенциал рынка. Возможности и ограничения в управлении потребностями. Методика анализа потребностей рынка.	Краткий опрос в начале лекции
7.	Основные направления стратегии сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала России	Стратегия сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала страны как путь выхода из кризиса. Реструктуризация научно-технического потенциала в различных отраслях экономики. Создание фонда имущества науки и инноваций. Разработка системы использования лизинга. Формирование института разработчиков и управляющих инновационными проектами. Формирование системы целевого использования средств амортизационного фонда. Формы государственной поддержки научной и инновационной деятельности предприятий и организаций. Анализ рыночных возможностей организации. Основные направления изучения фирмы и оценка ее деятельности на	Краткий опрос в начале лекции

	рынке. Показатели эффективности деятельности фирмы.	
--	---	--

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1.	Сущность, этапы и направленность нововведений в организациях	Сущность категорий «инновационный маркетинг» и «маркетинг в инновационной сфере». Возрастание инновационности в процессе развития концептуальных форм маркетинга. Инновационные элементы в маркетинге партнерских отношений. Этапы развития российского маркетинга.	Тестирование, реферат, эссе
2.	Организационные формы инновационной деятельности	Особенности клиентоориентированной классификация инноваций. Типы продуктовых инноваций в комплексе маркетинга. Полезность как экономическая категория. Выгоды (преимущества) потребителя в зависимости от типа инноваций. Отличительные черты методик разработки коммерческого предложения из базисных и небазисных инновационных продуктов	Тестирование, реферат, эссе
3.	Функциональное и проектное управление инновационной деятельностью	Специфические черты латерального (инновационного) маркетинга. Методика латерального маркетинга. Характеристика вертикального (традиционного) маркетинга. Сегментация рынка «сверху вниз». Сегментация рынка «снизу вверх». Приведите примеры конкурентного и отличительного преимуществ инновационных компаний. Стержневая компетенция и кадровый аспект организации. Стержневая компетенция как база для инновационной активности предприятия.	Тестирование, реферат, эссе
4.	Критерии отбора нововведений	Отличительные черты управления маркетингом и маркетингового управления. Характеристика стратегического маркетинга. Характеристика оперативного маркетинга. Роль ситуационного анализа и маркетингового синтеза в оперативном маркетинге. Роль сегментирования в стратегическом маркетинге для активизации инновационных идей. Отличительные черты научно-технических и потребительских инноваций. Место маркетинга в инновационном процессе. Область взаимодействия в инновационном процессе маркетолога и ме-неджер по инновациям Функции менеджера по инновациям в различных бизнес-структурах, занимающихся инновациями.	Тестирование, реферат, эссе
5.	Роль специалистов в инновационной деятельности	«Концепция бриллианта» М.Портера для регулярного стратегического маркетинга. Отличительные черты регулярного стратегического маркетинга и санационного. Консервативный и радикальный методы выбора нового продукта.	Тестирование, реферат, эссе

	ти	Положительные и отрицательные стороны вертикальной интеграции. Положительные и отрицательные стороны контрактации при организации выпуска и продаж продукта. «Инновационная монополия»: характеристика, факторы обеспечения. «Тактический инновационный маркетинг»: характерные черты. Методика маркетингового исследования оценки существующего и будущего спроса на новый для рынка продукт. Альтернативные системы сбыта инноваций. Продвижение на рынок «товаров опыта» и «товаров доверия»	
6.	Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности	Потребности продуктового происхождения Потребности созидательного происхождения. Их влияние на личность человека. Система потребностей А.Маслоу. Взаимосвязь с маркетингом. Концепция ценностей и потребительский выбор. Алгоритм анализа потребностей по сетке Д.И. Баркана. Использование классификаций форм созревания потребностей для обеспечения конкурентоспособности предприятия. Проблему истинных и ложных потребностей и желаний. Маркетинг как инструмент управления потребностями, желаниями, спросом	Тестирование, реферат, эссе
7.	Основные направления стратегии сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала России	Типы стратегий роста. Матрица возможностей фирмы по товарам и рынкам. Емкость сегмента потребителей. Сегментирование рынка на основе использования матрицы возможностей. Применение сегментации рынка для определения рыночных перспектив новых марок существующего товара. Методика позиционирования товара. Взаимосвязь сегментирования рынка и позиционирования товара. Сочетание стратегии выхода на рынок и стратегии роста бизнеса организации	Тестирование, реферат, эссе

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3

1.	Подготовка к занятиям лекционного и семинарского типа	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол № 8 от 29.06.2017 г. Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол № 8 от 29.06.2017 г.
2.	Подготовка эссе, реферата	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол № 8 от 29.06.2017 г. Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол № 8 от 29.06.2017 г.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3 Образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы используются следующие образовательные технологии, дающие наиболее эффективные результаты освоения дисциплины:

- проблемная лекция;
- технология объяснительно-иллюстративного обучения;
- технологии мультимедийного обучения
- подготовка доклада с последующим обсуждением;
- презентации с последующим обсуждением;
- моделирование практических ситуаций;
- технология игрового обучения.

Самостоятельное изучение теоретического курса студентами включает:

1) изучение каждого раздела теоретического курса в соответствии с учебной программой;

2) подготовку устных ответов на контрольные вопросы;

3) выполнение домашних заданий, подготовка эссе, докладов-презентаций?

Рефератов, эссе.

Изучение теоретического курса предполагает самостоятельную работу студента по ознакомлению с учебными материалами, первоисточниками и официальными документами по проблеме, в том числе и электронными.

Выполнение заданий во внеаудиторное время позволяет студенту самостоятельно отработать решение трудных и стандартных заданий по изучаемому курсу и научиться самостоятельно принимать правильные решения. Студенты выполняют самостоятельную работу на основе учебно-методических материалов дисциплины.

Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в практические занятия и дискуссии на лекциях. Темы на самостоятельное изучение и контрольные задания преподаватель выдает на лекционных и практических занятиях в соответствии с утвержденным расписанием.

Самостоятельная работа позволяет освоить методологические основы технологии нововведений, структуру ее основных частей и направлений, а также более подробно освоить основные направления стратегии сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала России.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации учебной программы осуществляется, исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения образовательной программы, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и ЛОВЗ.

В целях реализации рабочей программы для инвалидов и ЛОВЗ могут применяться специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения. Для ЛОВЗ предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Освоение компетенций контролируется посредством следующих оценочных средств:

- индивидуальные домашние задания;
- подготовка реферата;
- тестовые задания;
- контрольные вопросы по темам (разделам) дисциплины.

Задания для самостоятельной работы.

Примерные темы индивидуальных домашних (творческих) заданий, рефератов, эссе:

1. Менеджмент в инновационной сфере.
2. Концептуальные формы менеджмента.
3. Инновационные элементы в маркетинге партнерских отношений.
4. Этапы развития российского менеджмента.
5. Классификация инноваций.
6. Типы продуктовых инноваций в комплексе маркетинга.
7. Полезность как экономическая категория.
8. Выгоды (преимущества) потребителя в зависимости от типа инноваций.
9. Характеристика стратегического маркетинга.
10. Характеристика оперативного маркетинга.
11. Отличительные черты научно-технических и потребительских инноваций.
12. Место маркетинга в инновационном процессе.
13. Консервативный и радикальный методы выбора нового продукта.
14. Положительные и отрицательные стороны вертикальной интеграции.
15. Положительные и отрицательные стороны контрактации при организации выпуска и продаж продукта.
16. «Инновационная монополия»: характеристика, факторы обеспечения.
17. Потребности продуктового происхождения
18. Потребности созидательного происхождения. Их влияние на личность человека.
19. Проблема истинных и ложных потребностей и желаний.

20. Маркетинг как инструмент управления потребностями, желаниями, спросом.
21. Особенности разработки маркетинговой стратегии проекта.
22. Фазы формирования концепции маркетинга проекта.
23. Элементы программы маркетинга проекта.
24. Современные технологии в менеджменте.

Примерная тематика для подготовки рефератов:

1. Роль нововведений в развитии организаций.
2. Жизненный цикл и стадии развития организационных систем.
3. Нововведение как организационная проблема.
4. Типология нововведений (инноваций): продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные.
5. Научно-техническая разработка как вид продуктовых инноваций.
6. Понятие «технология» применительно к задаче реализации нововведений.
7. Жизненный цикл инновации, различие технологий решения задач на разных этапах жизненного цикла продукта и организации.
8. Роль нововведений (инноваций) в обеспечении конкурентоспособности бизнеса с позиций методологии системного подхода.
9. Основные проблемы внедрения нововведений в условиях современной экономики.
10. Программы организационного развития при внедрении нововведений.
11. Внутрифирменное управление развитием фирмы и бизнеса как субъекта рынка.
12. Анализ основных тенденций развития рынка инновационной продукции (регионального, мирового) как внешней среды фирмы.
13. Основные типы реакций фирмы на изменения во внешней среде и роль нововведений (инноваций, научно-технических разработок).
14. Основные тенденции современного подхода к стратегии внедрения инноваций как части стратегии фирмы.
15. Формирование стратегии развития организации (фирмы) на основе инноваций.
16. Влияние стратегии фирмы на политику в области реализации нововведений.
17. Сущность и причины организационных изменений в деятельности инновационных организаций.
18. Организационные патологии как причины сопротивления нововведениям.
19. Причины и формы сопротивления изменениям.
20. Распознавание социальных и технологических факторов изменения.
21. Стадии изменений, мотивация и последовательность изменений.
22. Программы организационного развития фирмы.
23. Управление инновационной деятельностью как технологический процесс.
24. Особенности формирования бизнес-процессов инновационной деятельности.
25. Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов.
26. Технология анализа и проектирования бизнес-процессов.
27. Технологии консалтинга и взаимодействия с консалтинговыми структурами при внедрении инноваций.
28. Место консалтинга в жизненном цикле инновационного проекта, виды и функции консалтинга.
29. Участие консалтинговых структур в развитии бизнеса инновационных организаций.
30. Рынок инноваций и товарная форма научно-технических разработок.
31. Трансфер и коммерциализация научно-технических разработок.
32. Тянущая и толкающая модель трансфера и коммерциализации инноваций.
33. Технология трансфера и коммерциализации научно-технических разработок.
34. Формирование стратегии коммерциализации конкретных научно-технических разработок.

35. Пример коммерциализации научно-технической разработки.
36. Защита интеллектуальной собственности как элемент технологии внедрения (коммерциализации).
37. Научно-технические разработки и определение перспективных направлений их коммерциализации.
38. Определение конкретных разработок для коммерциализации.
39. Пути продвижения научно-технических разработок на рынок.
40. Информационное обеспечение продвижения разработок на рынок.
41. Реализация (продажа) научно-технических разработок.
42. Пример продвижения научно-технической разработки на рынок.
43. Характеристика этапов процесса разработки нового товара на основе НТР.
44. Оценка потенциала коммерциализации НТР (инновационных проектов).
45. Методы оценки и технологические процедуры.
46. Бизнес-план инновационного проекта как организационно-экономическая модель проектирования нового товара и бизнеса.
47. Особенности бизнес-плана инновационного проекта по продвижению на рынок НТР.
48. Формирование бизнес-модели производства нового товара.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается маркетинговая деятельность в инновационной сфере?
2. Перечислите основные инструменты маркетинга
3. В чем заключается планирование и организация в процессе маркетингового управления?
4. Чем отличается оперативное управление от стратегического?
5. Какие формы контроля осуществляют на предприятии в рамках процесса маркетингового управления?
6. Каковы основные направления развития маркетинга в инновационной сфере?
7. Что такое маркетинг инноваций и чем он отличается от инновационного маркетинга?
8. Что входит в состав маркетинговых коммуникаций?
9. В чем заключается процесс подготовки и проведения маркетинговых исследований?
10. Каковы технологии маркетинга, активно применяемые в инновационной сфере?
11. В чем заключается маркетинговое позиционирование инновационного товара?
12. В чем заключается отличие стратегического маркетинга от тактического?
13. В чем состоит информационное обеспечение маркетинга?
14. Как правильно организовать электронную торговлю инновационными продуктами?
15. Что такое интерактивный маркетинг и в чем его отличие от прямого маркетинга?
16. Какие мероприятия входят в состав итерационного маркетинга?
17. Как осуществляют планирование цены и объема выпуска инновационного продукта?
18. В чем заключается маркетинг высокотехнологичной продукции?
19. На каких этапах жизненного цикла инновационного процесса необходимо проведение маркетинговых исследований?
20. В чем выражается эффективность маркетинговых мероприятий?

Примеры тестовых заданий:

- 1) Примером естественной монополии, основанной на инновации (нововведении) является:
 - a) ОПЕК;
 - b) компания IBM;
 - c) банк «Москва»;
 - d) издательство «Таганрогская правда»;
 - e) городской метрополитен.
- 2) В отличие от малого инновационного предприятия монополия стремится:

- a) производить продукцию меньше, а цену устанавливать больше;
 - b) максимизировать прибыль;
 - c) установить цену, соответствующую неэластичному участку кривой спроса;
 - d) выбирать такой объем выпуска, при котором $MR=P$;
 - e) производить продукции больше и цену устанавливать выше.
- 3) Ценовая дискриминация это:
- a) продажа по разным ценам одной и той же инновационной продукции различным покупателям;
 - b) различия в оплате труда по национальности или полу;
 - c) повышение цены на инновационный товар более высокого качества;
 - d) все предыдущие ответы верны.
- 4) Весь потребительский излишек присваивает инновационная компания, которая:
- a) монополизирует рынок;
 - b) осуществляет совершенную дискриминацию;
 - c) сегментирует рынок;
 - d) максимизирует валовую прибыль.

Контрольные вопросы по темам (разделам) дисциплины

1. Признаки инновационного проекта.
2. Каковы уровни управления проектом.
3. Что такое окружающая среда проекта.
4. Каковы участники управления проектом.
5. В чем суть процессного подхода в управлении проектом.
6. Приведите базовые элементы управления проектом.
7. Содержание ССП в проектной деятельности.
8. Стратегические инициативы в рамках ССП.
9. Ключевые показатели эффективности.
10. Стратегические карты.
11. Составляющие стратегических карт.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета):

1. Продуктовые, процессные, организационные и маркетинговые инновации.
2. Пояснить на примере отличие «тянущей» и «толкающей» схем коммерциализации НТР.
3. Перечислить факторы, определяющие потенциал коммерциализации НТР.
4. Перечислить этапы разработки стратегии коммерциализации НТР.
5. Пояснить на примере возможно ли развитие фирмы без нововведений.
6. Перечислить этапы разработки бизнес-модели инновационной фирмы.
7. Показать роль нововведений (инноваций) в обеспечении конкурентоспособности бизнеса.
8. Сформулировать основные проблемы внедрения нововведений в условиях современной экономики.
9. Основные типы реакций фирмы на изменения во внешней среде и роль нововведений (инноваций, научно-технических разработок).
10. Сущность и причины организационных изменений в деятельности инновационных организаций, причины сопротивления изменениям.
11. Особенности формирования бизнес-процессов инновационной деятельности.
12. Дать характеристику товарной формы научно-технических разработок.
13. Отличие процессов трансфера и коммерциализации научно-технических разработок.
14. Схемы продвижения научно-технических разработок на рынок.
15. Элементы информационного обеспечения продвижения НТР на рынок.

16. Методы оценки потенциала коммерциализации НТР.
17. Перечислить этапы разработки нового товара.
18. Характеристика этапов жизненного цикла инновации.
19. Элементы маркетингового сопровождения продвижения нового товара на рынок.
20. Стратегия НИОКР фирмы как основа ее конкурентоспособности.
21. Постановка целей и выработка стратегии их достижения, при формировании бизнес-модели производства нового товара.
22. Этапы разработки стратегии развития инновационного предприятия.
23. Содержание финансового и инвестиционного планирования инновационного бизнеса.
24. Роль потенциала коммерциализации НТР фирмы в формировании «тройной спирали».
25. Роль стратегии НИОКР фирмы в формировании и реализации «инновационной цепочки».

Система оценивания успеваемости по дисциплине

Формы контроля	Количество баллов	
	<i>Min</i>	<i>Max</i>
1. Реферат	5	10
2. Доклад-презентация	5	10
3. Эссе	5	10
4. Творческое задание	10	20
5. Итоговый зачет	25	50
Итого	50	100

Соответствие рейтинговой оценки по столбальной шкале – пятибалльной:

1. [0-50) балла – «незачтено»,
2. [50-100) баллов – «зачтено».

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Гаврилов Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 372 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

2. Мальцева С.В. Инновационный менеджмент. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 527 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/DED982C9-4937-40A9-B4B4-BF703B02B697.

3. Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями в 2 т. – 3-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 783 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E.

4. Экономика инноваций. / Под ред. Горфинкель В.Я. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 416 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=164395>.

5. Экономика инноваций. / Под ред. проф. Горфинкель В.Я., Попадюк Т.Г. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=399624>.

6. Трифоненкова Т.Ю. Финансирование инноваций. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 141 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=401441>.

5.2 Дополнительная литература

1. Брусакова И.А. Теоретическая инноватика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Под ред. И.А. Брусаковой. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 333 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/E2F0758E-19E0-4E92-987D-97DD67642105.

2. Асаул А.Н., Асаул М.А., Мещеряков И.Г., Шегельман И.Р. Управление организационными нововведениями: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Асаула А.Н. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 286 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/FEADC2C0-9E55-4720-9CFB-150CB2CFA0D8.

3. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 259 с. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7932D656-5AFF-4F14-8E31-644081C28878.

4. Короткова Т.Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для бакалавриата. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 256 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/BFB07916-4DD0-496C-B480-CD26EA5746C8.

5. Шудренко А.А., Диденко Д.А. Введение в инноватику. Основы регулярной инновационной деятельности: монография. М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2016. – 203 с.

6. Шудренко А.А. Формирование и осуществление регулярной инновационной деятельности: монография. М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2017. – 146 с.

7. Алексеева М.Б., Ветренко М.Б. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 303 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

8. Ключарев Г.А., Попов М.С., Савинков В.И. Инновационные предприятия в вузах: вопросы интеграции с реальным сектором экономики. – 2-е изд., испр. и доп. – М.:

Издательство Юрайт, 2018. – 382 с. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3CCEDB66-1236-46DC-8CF6-8901AF4D75CD.

9. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Стратегический менеджмент в инновационных организациях [Текст]: системный анализ и принятие решений: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Инноватика» и специальности «Управление инновациями». – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. – 395 с.

10. Бирман Л.А., Кочурова Т.Б. Стратегия управления инновационными процессами [Текст]. Рос. акад. народного хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М.: Дело, 2012. – 141 с.

11. Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организациях [Текст]: учебное пособие. – 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2009. – 415 с.

12. Антонец В.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. В.А. Антонца, Б.И. Бедного. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 303 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/8142557D-E154-46F2-873C-DE254850123E.

13. Спиридонова Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 298 с. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/9904DCC5-5C4D-460C-BA44-76819D83B2FD.

5.3 Периодические издания:

1. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5 Экономика
2. Логистика
3. Маркетинг в России и за рубежом
4. Менеджмент в России и за рубежом
5. Методы менеджмента качества
6. Региональная экономика: теория и практика
7. Российский экономический журнал
8. Стандарты и качество+Business excellence/Деловое совершенство.КОМПЛЕКТ
9. Экономика и управление
10. Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда (ЭПОС)
11. Экономические стратегии
12. Экономический анализ: теория и практика

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. www.iacenter.ru – Официальный сайт Межведомственного аналитического центра.
2. <http://www.depprom.krasnodar.ru> – Официальный сайт Департамента промышленности Администрации Краснодарского края.
3. www.ubia.org – официальный сайт Национальной ассоциации бизнес-инкубаторов США.
4. www.nsbi.vn-print.ru – официальный сайт Национального содружества бизнес-инкубаторов России.
5. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
6. www.krsdstat.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю.
7. <https://unctad.org> – Официальный сайт UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development).
8. <http://economy.krasnodar.ru> – официальный сайт Департамента экономического развития Администрации Краснодарского края.

9. <http://www.economy.gov.ru> – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации.

10. <http://expert.ru> – Официальный сайт журнала «Эксперт» и Рейтингового агентства «Эксперт».

11. <http://www.innovationstudio.ru/> – Лаборатория инновационного бизнеса и предпринимательства iStudio

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине «Технология нововведений» проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к лабораторным занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и эссе.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу, при изучении которой студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

- систематическая работа на аудиторных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- выполнение заданий преподавателя на лабораторных занятиях;
- выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе;
- осознание взаимосвязей отдельных разделов дисциплины, используемых методов, характера их использования в практической деятельности.

В ходе самостоятельной подготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по соответствующей тематике, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и пр.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования. Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на лекционных и практических занятиях.

Подготовка реферата (доклада-презентации) – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность обучающегося, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

В освоении дисциплины инвалидами и ЛОВЗ большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или ЛОВЗ.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

- проверка домашних заданий и консультирование обучающихся посредством электронной почты;
- использование электронных презентаций при проведении занятий.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

- Microsoft Windows 8, 10
- Microsoft Office Professional Plus

В частности, при чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

Обучающимся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» <http://www.biblioclub.ru/>,
- Электронная библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com/catalog.php>
- Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» <https://www.book.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс»¹
- Справочная правовая система «Гарант».²
- Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» <http://www.grebennikon.ru/>
- Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>).

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО) Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus. 4039л.
2.	Занятия семинарского типа	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО) Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus. 4036л.
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	кафедра экономики и управления инновационными системами 205н, ауд. 4037л
4.	Текущий контроль	Аудитория, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО) Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus. 4034л
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. 213а, 218а, 203н

¹ Доступ предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (каб. А 213)

² Доступ предоставляется в компьютерных классах экономического факультета 201н, 202н, 203н, а203н)

