



Образовательная автономная некоммерческая
организация высшего образования
«Международный славянский институт»
Вышневолоцкий филиал

Е.В.Арсеньева, Бондарчук А.Ф.

Учебно – методический комплекс
ДИСЦИПЛИНЫ
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
по направлению подготовки Менеджмент
для заочной формы обучения



Вышний Волочек
2015

Учебно – методический комплекс дисциплины «Инновационный менеджмент» разработан в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для обучающихся по направлению Менеджмент

Е.В.Арсеньева, Бондарчук А.Ф.

Инновационный менеджмент: Учебно-методический комплекс - 186 с.

Инновационный менеджмент - относительно новое направление менеджмента. Это понятие стало широко употребляться с тех пор, как наука, технологии, инновации превратились в развитых странах в ключевой фактор экономических стратегий и конкуренции на рынках. Инновационный менеджмент связан с профессиональной реализацией функции управления, прежде всего, на корпоративном уровне и имеет органическую связь с явлениями, породившими в свое время концепцию стратегического менеджмента.

Он изучает ряд особых законов и требований управления современными корпорациями и развития предпринимательства. Вместе с тем поведение фирм, корпораций, инновационных предпринимателей во многом зависит от принципов и институтов государственной научно-технической политики, государственной поддержки инновационной деятельности.

Инновационный менеджмент - это менеджмент научно-технических и интеллектуальных ресурсов. Инновационный менеджмент - менеджмент системный. Всегда ощущается недостаток горизонтальных связей между отраслями научных знаний, недостаток интеграции различных дисциплин ради решения важнейших проблем общества. Творческий инновационный менеджмент рассматривает проблемы в их целостности. Менеджмент инноваций является передовым краем современной науки управления. Инновационный менеджмент изучает экономические, организационные, управленческие, социально-психологические и правовые факторы, воздействующие на инновационные процессы, и наиболее эффективные формы организации этих процессов на предприятиях.

Учебно-методический комплекс дисциплины «Инновационный менеджмент» имеет цель дать студентам экономических направлений овладение основами экономики и управления инновационными процессами в качестве современного подхода к управлению научно-техническим прогрессом во всех сферах промышленной, хозяйственной и административной деятельности России, получение выпускником образования, позволяющего приобрести необходимые общекультурные и профессиональные компетенции и успешно работать в избранной сфере деятельности. Учебно-методический комплекс дисциплины «Инновационный менеджмент» включает в себя теоретический материал, практический материал, деловые игры, контроль знаний, тестовые задания.

© Арсеньева Е.В., Бондарчук А.Ф., 2015

© Вышневолоцкий филиал образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Международный славянский институт»

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ Инновационный менеджмент
РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Инновационный менеджмент
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЧТЕНИЮ ЛЕКЦИЙ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА
(КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ)
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЁТУ и
ЭКЗАМЕНУ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ
ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ
ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ
МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ
СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ
К ЗАЧЕТУ
ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ИТОГОВЫЙ
КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИННОВАЦИОННЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ»
ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ
БИЛЕТЫ К ИТОГОВОМУ ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Инновационный менеджмент

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Цель данного курса:

является овладение основами экономики и управления инновационными процессами в качестве современного подхода к управлению научно-техническим прогрессом во всех сферах промышленной, хозяйственной и административной деятельности России, получение выпускником образования, позволяющего приобрести необходимые общекультурные и профессиональные компетенции и успешно работать в избранной сфере деятельности.

Задачами данного курса являются:

- разработка и осуществление единой инновационной политики;
- разработка проектов и программ инновационной деятельности;
- подготовка и рассмотрение проектов по созданию новых видов продукции;
- контроль за ходом по созданию новой продукции и ее внедрению;
- финансовое и материальное обеспечение проектов инновационной деятельности;
- подготовка и обучение персонала инновационной деятельности;
- формирование целевых коллективов, групп, осуществляющих решение инновационных проектов.
- исследование рынков сбыта и возможных способов реализации новых продуктов;
- выявление возможных технических и коммерческих рисков;
- определение эффективной маркетинговой стратегии;
- выбор организационной формы создания, освоения и размещения на рынке нового продукта.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ:

ВЫПИСКА С УЧЕБНОГО ПЛАНА

ИНДЕКС: Б.1.В. ДВ Вариативная часть. Дисциплина по выбору

НАИМЕНОВАНИЕ: Инновационный менеджмент

Наименование	курс	семестр	кол-во зачетных единиц /ЗЕТ/	Количество часов
Общая нормативная и фактическая трудоемкость			3	108
Часов на самостоятельную работу студента (СРС)				88
Контактная работа с преподавателем, в т.ч.				16
- в электронной форме				-
Лекции, в т.ч.	5	9		8
- в активной форме	5	9		6
- в пассивной форме	5	9		2
Лабораторные работы	5	9		-
Практические занятия, в т.ч.	5	9		8
- в интерактивной форме	5	9		6
Самостоятельная работа	5	9		Реферат
Форма аттестации и контроль	5	9		Зачет – 4 часа

Программа предусматривает различные виды занятий: контактная работа с преподавателем, лекции, семинары, практические занятия, активную форму, интерактивную форму, диктанты по терминологии, самостоятельные работы и др.

ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения дисциплин базового цикла, дисциплин профиля, имеет тесную логическую взаимосвязь и с другими дисциплинами, изучаемыми в учебном заведении, а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, ОПЫТ, КОМПЕТЕНЦИИ)

В ХОДЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Инновационный менеджмент» студенты УСВАИВАЮТ ЗНАНИЯ (ЗНАТЬ):

- ✓ теоретические основы инновационного менеджмента;
- ✓ основные понятия и их определения, а также их содержание и взаимосвязи в области управления инновациями;

- ✓ основные принципы и инструменты инновационного менеджмента в современных условиях;
- ✓ особенности инновационного менеджмента на разных уровнях экономики;
- ✓ содержание и структуру менеджмента инноваций в организации;
- ✓ закономерности формирования инновационных стратегий фирмы;
- ✓ основные направления формирования мотивации к инновационному поведению;
- ✓ опыт зарубежных и отечественных фирм в области инновационного менеджмента;
- ✓ основные законодательные и нормативные акты в системе государственной инновационной политики.

НА ОСНОВЕ ПРИОБРЕТЕНИЯ ЗНАНИЙ ФОРМИРУЮТСЯ УМЕНИЯ (УМЕТЬ):

- ✓ провести исследование объекта (предприятия/организации) с целью оценки его инновационного потенциала;
- ✓ оценить потенциал спроса на рынке инноваций и соответствие ему возможностей организации;
- ✓ целесообразность выбора инновационных стратегий и тактики их реализации;
- ✓ осуществить инновационное проектирование;
- ✓ выявить роль организационных структур управления и направлений их совершенствования как фактора достижения результата инновационного проектирования;
- ✓ использовать корпоративные принципы и методы мотивации персонала, играющие существенную роль в достижении успеха инновационной организации.

ПРИОБРЕТАЮТСЯ НАВЫКИ (ВЛАДЕТЬ):

- ✓ навыками самостоятельной работы с учебной и научной литературой в области инновационного менеджмента;
- ✓ приемами формирования системы креативного управления идеями организации;
- ✓ способами преодоления организационных барьеров, препятствующих

инновациям;

✓ навыками структурирования проблемы в области инновационного менеджмента и проведения всесторонней ее диагностики, а затем принятия решений и осуществления хозяйственной деятельности;

Результаты освоения дисциплины достигаются путем чтения студентам лекций; проведения с ними практических занятий (проблемных, дискуссионных, проектировочных) и различных форм самостоятельной работы студентов. Предусмотрены аудиторские самостоятельные работы по основным темам курса, а также самостоятельная контрольная работа (реферат); использования в процессе обучения компьютерной техники и мультимедийной аппаратуры; организации самостоятельной внеаудиторной работы студентов и подготовки ими письменных работ (проведение различных исследований).

Уровень цели	Код результата обучения	Результат обучения	Код соответствующей компетенции из ФГОС ВПО
Знать			
Знать		теоретические основы инновационного менеджмента; основные понятия и их определения, а также их содержание и взаимосвязи в области управления инновациями; основные принципы и инструменты инновационного менеджмента в современных условиях; особенности инновационного менеджмента на разных уровнях экономики; содержание и структуру менеджмента инноваций в организации; закономерности формирования инновационных стратегий фирмы; основные направления формирования мотивации к инновационному поведению; опыт зарубежных и отечественных фирм в области инновационного менеджмента; основные законодательные и нормативные акты в системе государственной инновационной политики.	ОК-5; ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-8; ПК-9; ПК-17; ПК-20; ПК-21; ПК-36; ПК-49; ПК-50
Уметь			
		провести исследование объекта (предприятия/организации) с целью оценки его инновационного потенциала; оценить потенциал спроса на рынке инноваций и соответствие ему возможностей организации; целесообразность выбора инновационных стратегий и тактики их реализации; осуществить	ОК-5; ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-8; ПК-9; ПК-17; ПК-20;

Уметь	инновационное проектирование; выявить роль организационных структур управления и направлений их совершенствования как фактора достижения результата инновационного проектирования; использовать корпоративные принципы и методы мотивации персонала, играющие существенную роль в достижении успеха инновационной организации.	ПК-21; ПК-36; ПК-49; ПК-50
Владеть		
Владеть	навыками самостоятельной работы с учебной и научной литературой в области инновационного менеджмента; приемами формирования системы креативного управления идеями организации; способами преодоления организационных барьеров, препятствующих инновациям; навыками структурирования проблемы в области инновационного менеджмента и проведения всесторонней ее диагностики, а затем принятия решений и осуществления хозяйственной деятельности	ОК-5; ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-8; ПК-9; ПК-17; ПК-20; ПК-21; ПК-36; ПК-49; ПК-50

Процесс изучения дисциплины направлен на **ФОРМИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ**: ОК-5; ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-8; ПК-9; ПК-17; ПК-20; ПК-21; ПК-36; ПК-49; ПК-50

Код компетенций	Формулировка
<i>Общепрофессиональные компетенции вузовские</i>	
ОК-5	владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ОК-8	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность
ОК-10	стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию
<i>организационно-управленческая деятельность</i>	
ПК-1	знанием основных этапов эволюции управленческой мысли
ПК-8	способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
ПК-9	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-17	готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям

ПК-20	владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения
ПК-21	готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций
информационно-аналитическая деятельность	
ПК-36	умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте
предпринимательская деятельность	
ПК-49	способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-50	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)		
		лек.	практ. занят.	самост. раб.
1	ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	0,5	0,5	4л/4пр
2	УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ	0,5	0,5	4л/4пр
3	ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	0,5	0,5	4л/4пр
4	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ	0,5	0,5	4л/4пр
5	УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	0,5	0,5	4л/4пр
6	ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА	0,5	0,5	4л/4пр
7	ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	1	1	4л/4пр
8	ИНВЕСТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	1	1	4л/4пр
9	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	1	1	4л/4пр
10	МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	1	1	4л/4пр
11	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И	1	1	4л/4пр

Семестр 9

ВЫБОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	НАПРАВЛЕНИЙ ДИАГНОСТИКИ			
Всего: 3 ЗЕТ - 108ч. (контроль – зачет - 4)			8 ч.	8 ч.
				<u>44л/44пр</u> 88 ч.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия, в том числе в интерактивной форме.

№ п/п	Раздел дисциплины		Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)	
			практ. занят.	самост. раб.
1	Практическое занятие №1. Объекты инновационного менеджмента	Семестр 9	0,5	3
2	Практическая работа №2. Формирование эссе по актуальным проблемам инновационной экономики		0,5	3
3	Практическое занятие №3. Риски в инновационной деятельности		0,5	3
4	Практическое занятие №4. Субъекты малого инновационного предпринимательства		0,5	3
5	Практическое занятие №5. Современные формы организации крупного инновационного бизнеса		0,5	3
6	Практическая работа №6. Актуальные проблемы становления рынка инноваций в РФ		0,5	3
7	Практическое занятие №7. Государственное регулирование инновационной деятельности		0,5	3
8	Практическое занятие №8. Управление затратами на освоение и выпуск новой продукции		0,5	3
9	Практическое занятие №9. Разработка стратегий в инновационном менеджменте		0,5	3
10	Практическая работа №10. Управление затратами на инновационную деятельность		0,5	3
11	Практическая работа №11. Разработка и презентация комплекса маркетинга продуктовых инноваций		1	2
12	Практическое занятие № 12. Оценка инновационных возможностей предприятия		0,5	3
13	Практическое задание № 13. Оценка инновационной активности предприятия		0,5	3
14	Практическая работа №14. Оценка инновационной активности деятельности		0,5	3

	предприятия			
15	Практическое занятие №15. Методы оценки инновационных проектов		0,5	3
			8 ч.	44 ч.

КУРС 5 СЕМЕСТР 9 СРОК ОБУЧЕНИЯ - 5 ЛЕТ

КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ: 3 (108ч.)

ВИД АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

ДОПУСК ДО ВИДА АТТЕСТАЦИИ: контрольная работа (реферат)

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Инновационный менеджмент

Цель данного курса:

является овладение основами экономики и управления инновационными процессами в качестве современного подхода к управлению научно-техническим прогрессом во всех сферах промышленной, хозяйственной и административной деятельности России, получение выпускником образования, позволяющего приобрести необходимые общекультурные и профессиональные компетенции и успешно работать в избранной сфере деятельности.

Задачами данного курса являются:

- разработка и осуществление единой инновационной политики;
- разработка проектов и программ инновационной деятельности;
- подготовка и рассмотрение проектов по созданию новых видов продукции;
- контроль за ходом по созданию новой продукции и ее внедрению;
- финансовое и материальное обеспечение проектов инновационной деятельности;
- подготовка и обучение персонала инновационной деятельности;
- формирование целевых коллективов, групп, осуществляющих решение инновационных проектов.

- исследование рынков сбыта и возможных способов реализации новых продуктов;
- выявление возможных технических и коммерческих рисков;
- определение эффективной маркетинговой стратегии;
- выбор организационной формы создания, освоения и размещения на рынке нового продукта.

МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Б.1.В. ДВ Вариативная часть. Дисциплина по выбору

Результаты освоения дисциплины достигаются путем чтения студентам лекций; проведения с ними практических занятий (проблемных, дискуссионных, проектировочных) и различных форм самостоятельной работы студентов. Предусмотрены аудиторские самостоятельные работы по основным темам курса, а также самостоятельная контрольная работа (реферат); использования в процессе обучения компьютерной техники и мультимедийной аппаратуры; организации самостоятельной внеаудиторной работы студентов и подготовки ими письменных работ (проведение различных исследований).

КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) / ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на **ФОРМИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ**: ОК-5; ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-8; ПК-9; ПК-17; ПК-20; ПК-21; ПК-36; ПК-49; ПК-50

Код компетенций	Формулировка
<i>Общепрофессиональные компетенции вузовские</i>	
ОК-5	владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ОК-8	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность
ОК-10	стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию

организационно-управленческая деятельность	
ПК-1	знанием основных этапов эволюции управленческой мысли
ПК-8	способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
ПК-9	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-17	готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям
ПК-20	владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения
ПК-21	готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций
информационно-аналитическая деятельность	
ПК-36	умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте
предпринимательская деятельность	
ПК-49	способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-50	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

В результате освоения дисциплины студент должен:

В результате освоения дисциплины студент должен:

1) Знать: теоретические основы инновационного менеджмента; основные понятия и их определения, а также их содержание и взаимосвязи в области управления инновациями; основные принципы и инструменты инновационного менеджмента в современных условиях; особенности инновационного менеджмента на разных уровнях экономики; содержание и структуру менеджмента инноваций в организации; закономерности формирования инновационных стратегий фирмы; основные направления формирования мотивации к инновационному поведению; опыт зарубежных и отечественных фирм в области инновационного менеджмента; основные законодательные и нормативные акты в системе государственной инновационной политики.

2) Уметь: провести исследование объекта (предприятия/организации) с целью оценки его инновационного потенциала; оценить потенциал спроса на рынке инноваций и соответствие ему возможностей организации; целесообразность выбора инновационных стратегий и тактики их реализации; осуществить инновационное проектирование; выявить роль организационных структур управления и направлений их совершенствования как фактора достижения результата инновационного проектирования; использовать корпоративные принципы и методы мотивации персонала, играющие существенную роль в достижении успеха инновационной организации.

3) Владеть / быть в состоянии продемонстрировать: навыками самостоятельной работы с учебной и научной литературой в области инновационного менеджмента; приемами формирования системы креативного управления идеями организации; способами преодоления организационных барьеров, препятствующих инновациям; навыками структурирования проблемы в области инновационного менеджмента и проведения всесторонней ее диагностики, а затем принятия решений и осуществления хозяйственной деятельности;

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Раздел учебной дисциплины	Семестр	Курс	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекц	практ	сам. лекц	сам. практ	
1	ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	9	5	0,5	0,5	4	4	
2	УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ	9	5	0,5	0,5	4	4	

	ПРОЦЕССАМИ							контрольная работа (реферат) зачет (4 часа)
3	ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9	5	0,5	0,5	4	4	
4	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ	9	5	0,5	0,5	4	4	
5	УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	9	5	0,5	0,5	4	4	
6	ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА	9	5	0,5	0,5	4	4	
7	ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9	5	1	1	4	4	
8	ИНВЕСТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9	5	1	1	4	4	
9	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	9	5	1	1	4	4	
10	МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ СТВО	9	5	1	1	4	4	
11	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9	5	1	1	4	4	
ИТОГО				8	8	44	44	
				16		88		

КУРС 5 СЕМЕСТР 9 СРОК ОБУЧЕНИЯ - 5 ЛЕТ

КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ: 3 (108ч.)

ВИД АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

ДОПУСК ДО ВИДА АТТЕСТАЦИИ: контрольная работа (реферат)

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Взаимосвязь и взаимовлияние инновационного и стратегического менеджмента.

Содержание: понятие, предпосылки, преимущества и ограничения использования инновационного и стратегического менеджмента в хозяйственной деятельности организации, роль инноваций в стратегическом развитии организации, стратегическое планирование инновационной деятельности, особенности разработки и реализации инновационной стратегии организации.

2. Влияние внешней среды на характер инновационной деятельности современных организаций.

Содержание: понятие и сущность инновационной деятельности современной организации, основные элементы внешней среды инновационной организации, их характеристика и взаимосвязь, оценка влияния, способы достижения соответствия параметров внешней среды и инновационной деятельности организации.

3. Государственное регулирование инновационной сферы в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность государственного регулирования инновационной сферы, прямые и косвенные методы, органы государственного регулирования, особенности реализации государственной инновационной политики, параметры сравнения государственного регулирования инновационной сферы в России и за рубежом, их характеристика (сравнительный анализ представить в таблице).

4. Защита интеллектуальной собственности в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность интеллектуальной собственности, предпосылки, преимущества и проблемы защиты интеллектуальной собственности, особенности реализации авторского и патентного права, лицензионной торговли инновациями в России и за рубежом (сравнительный анализ представить в таблице).

5. Инновативность как фактор конкурентоспособности организации.

Содержание: понятие и сущность инновативности организации, основные факторы конкурентоспособности организации и их характеристика, предпосылки, преимущества и ограничения инновационной активности организации в конкурентной борьбе, направления повышения эффективности инновационной деятельности организации.

6. Использование инновационного менеджмента в антикризисном регулировании деятельности организации.

Содержание: понятие и сущность антикризисного регулирования деятельности организации, прямые и косвенные методы, макро и микроуровень, органы антикризисного регулирования, влияние инноваций на возникновение, развитие и выход из кризиса, эффективные технологии инновационного менеджмента, минимизирующие кризисные тенденции функционирования и развития организации.

7. Источники финансирования инновационной деятельности на макро и микроуровнях: сравнительный анализ.

Содержание: особенности финансирования инновационной деятельности на макро и микроуровнях, возможные проблемы и способы их решения, классификация и параметры сравнения источников финансирования, их характеристика (сравнительный анализ представить в таблице), перспективные источники финансирования инновационной деятельности организации, преимущества и риски их использования.

8. Новые управленческие технологии и особенности их использования в деятельности современных организаций.

Содержание: понятие и сущность управленческой технологии, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь, описание двух новых управленческих технологий, разработанных за последние 5 лет, возможные проблемы и преимущества их использования в деятельности современных организаций.

9. Особенности маркетинга инновационной продукции организации.

Содержание: понятие и сущность инновационной продукции, принципиальные отличия от традиционного для организации продукта, маркетинговые технологии и инструменты, применяемые для продвижения инновационного продукта, их характеристика, оценка эффективности маркетинга инновационной продукции.

10. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние теории инноватики.

Содержание: понятие и сущность теории инноватики, соотносительность с инновационным менеджментом, характеристика циклического развития экономики, его роль в возникновении теории инноватики, анализ современных направлений теории инноватики.

11. Проблемы и перспективы развития малого инновационного бизнеса в России.

Содержание: понятие и сущность малого инновационного бизнеса, преимущества и риски инновационной деятельности малых организаций, современное состояние и основные тенденции развития малого инновационного бизнеса в России, особенности государственной поддержки.

12. Проблемы и перспективы развития рынка инновационной продукции в России.

Содержание: понятие и сущность инновационной продукции, структура рынка инновационной продукции, основные участники, их характеристика и взаимосвязь, особенности трансфера (обмена) инновационной продукции и патентно-лицензионной торговли в России.

13. Современные методы генерирования новых идей: характеристика и особенности использования в деятельности организаций.

Содержание: понятие и сущность генерирования новой идеи, основные этапы данного процесса, их характеристика и взаимосвязь, классификация методов генерирования новых идей и их описание, преимущества и ограничения использования в деятельности современной организации.

14. Сопротивление инновациям и методы его нейтрализации в современных организациях.

Содержание: предпосылки, понятие и сущность сопротивления инновациям управленческого персонала и исполнителей, технология управления сопротивлением инновациям, классификация методов нейтрализации сопротивления инновациям, их характеристика и взаимосвязь, преимущества и ограничения использования в современных организациях.

15. Стимулирование инновационной активности и творчества персонала организации.

Содержание: понятие и сущность стимулирования инновационной активности управленческого персонала и исполнителей, классификация методов и инструментов стимулирования, их характеристика, преимущества и ограничения использования в современных организациях.

16. Технологии разработки и принятия управленческих решений в области инноваций.

Содержание: понятие и сущность управленческого решения, основные этапы разработки и принятия решений о новых технологиях, продуктах, их характеристика и взаимосвязь, сравнительный анализ с другими типами управленческих решений, возможные проблемы и перспективы реализации данных решений в современных организациях.

17. Технологии управления рисками в инновационной деятельности организации.

Содержание: предпосылки, понятие и сущность риска в инновационной деятельности, классификация инновационных рисков и их характеристика,

особенности управления инновационными рисками в современной организации, возможные проблемы и перспективы их решения, методы и инструменты нейтрализации данных рисков, преимущества и ограничения их использования.

18. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность технопарковой структуры, предпосылки возникновения и современный уровень развития технопарков, их классификация и характеристика, инкубатор бизнеса как ядро технопарка, описание параметров сравнения технопарковых структур организации инновационной деятельности в России и за рубежом (сравнительный анализ представить в таблице).

19. Управление бизнес-процессами и инновационная деятельность организации.

Содержание: понятие и сущность бизнес-процесса, описание инновационной деятельности через структуру бизнес-процесса, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь, возможные проблемы управления данным бизнес-процессом и перспективы их решения.

20. Управление трансфером технологий на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность трансфера (обмена) технологий, классификация видов трансфера и их характеристика, особенности международного, национального, межорганизационного и внутриорганизационного трансфера технологий, возможные проблемы управления трансфером технологий и перспективы их решения.

21. Управление ускорением инновационного процесса на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность инновационного процесса на макро и микроуровнях, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь, обоснование необходимости ускорения инновационного процесса в современных экономических условиях, методы и инструменты управления ускорением инновационного процесса по этапам и уровням реализации, возможные проблемы и перспективы их решения.

22. Управление эффективностью инновационной деятельности на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность, технология оценки эффективности инновационной деятельности на макро и микроуровнях, возможные виды эффекта и их характеристика, методы и инструменты управления эффективностью инновационной деятельности, перспективные направления ее повышения.

23. Формирование и реализация региональной инновационной политики (на примере того региона, где проживает студент).

Содержание: понятие и сущность региональной инновационной политики, взаимосвязь с государственной инновационной политикой, существующая законодательная база, организационный механизм реализации региональной инновационной политики, перспективные региональные инновационные проекты и программы, их характеристика.

24. Формирование инновационного климата в организации.

Содержание: понятие и сущность инновационного климата организации, взаимосвязь с организационной культурой, основные методы и инструменты формирования инновационного климата, их характеристика, преимущества и ограничения использования.

25. Формирование инновационного потенциала организации.

Содержание: понятие и сущность инновационного потенциала, основные элементы и их характеристика, взаимосвязь с организационным потенциалом, возможные проблемы формирования и перспективы их решения, направления повышения инновационного потенциала организации.

26. Формирование инновационной организационной культуры.

Содержание: понятие и сущность инновационной культуры, принципиальные отличия от других типов организационной культуры, основные методы и инструменты формирования инновационной культуры, их характеристика, преимущества и ограничения использования.

27. Формирование инфраструктуры инновационной деятельности на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность инфраструктуры инновационной деятельности на макро и микроуровнях, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь, механизм формирования данной инфраструктуры, возможные проблемы и перспективы их решения.

28. Формы и способы организации управления инновационной деятельностью на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность управления инновационной деятельностью на макро и микроуровнях, классификация организационных форм и способов управления инновациями и их характеристика, условия, преимущества и ограничения применения.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Стратегия инновационного развития и экономическая безопасность России.
2. Цели и стратегии инновационной деятельности предприятия.
3. Особенности организационных форм инновационной деятельности.
4. Информационное обеспечение и статистика инноваций.
5. Правовое и нормативно-методическое обеспечение инновационной деятельности.
6. Показатели инновационной активности организации.
7. Патентно-лицензионная деятельность инновационного предприятия.
8. Реинжиниринг как инструмент повышения организационно-технологического уровня производства.
9. Человеческий фактор в инновационной стратегии фирмы.
10. Взаимодействие малого и крупного бизнеса в инновационной сфере.
11. Малый бизнес в инновационной системе РФ.
12. Риски в инновационной системе предприятия.
13. Венчурный бизнес в России и за рубежом.
14. Роль государственно-частного партнерства в становлении инновационной экономики.

15. Проблемы прогнозирования социальных и экологических последствий инноваций.
16. Научно-техническая база инновационного развития РФ.
17. Роль ФПГ в финансировании инноваций в отечественной экономике.
18. Государственные корпорации в экономике современной России.
19. Формы организации инновационной деятельности.
20. Формы финансирования инновационной деятельности.
21. Маркетинга инноваций.
22. Становление российского рынка информационных продуктов и услуг.
23. Человеческий капитал в глобальной экономике знаний.
24. Подготовка, отбор и оценка проектов НИОКР.
25. Международные технологические альянсы в условиях глобализации.
26. Создание и развитие национальных инновационных систем.
27. Государственное регулирование инновационных процессов в РФ.
28. Понятие интеллектуальной собственности, ее охрана и правовое регулирование.
29. Патентная защита прав участников процесса нововведений.
30. Лицензионная деятельность при коммерциализации нововведений.
31. Инновационный потенциал организации и его оценка.
32. Организационные инновации.
33. Технологические инновации.
34. Маркетинговые инновации.
35. Инновационные программы и проекты.
36. Финансирование инновационной деятельности и его источники.
37. Оценка экономической эффективности инноваций.
38. Управление рисками в системе инновационной деятельности.
39. Корпоративная культура инновационных организаций.
40. Бенчмаркинг и инжиниринг (реинжиниринг) в системе приемов, воздействующих на создание, коммерциализацию и диффузию инноваций.
41. Стратегии инновационных организаций.

42. Инновационные стратегии и источники финансирования некоммерческих организаций.
43. Инновационная функция малого предпринимательства.
44. Методологические вопросы маркетинга инноваций.
45. Преимущества и недостатки различных организационных структур управления инновациями.
46. Характеристика основных форм инновационных предприятий.
47. Модели кластерной политики в инновационной экономике.
48. Методы инновационного менеджмента и их классификация.
49. Управление качеством в инновационном проекте.
50. Управление персоналом в инновационном проекте.
51. Особенности и принципы инновационных организаций.
52. Организация и порядок выполнения НИОКР.
53. Информационное обеспечение и статистика инноваций.
54. Современные тенденции и формы инновационного менеджмента.
55. Инновационное развитие как механизм модернизации экономики России.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Инновационный менеджмент – актуальная составляющая в системе современного управления.
2. Классификация и жизненный цикл инноваций.
3. Инновационный процесс: его стадии и факторы эффективности.
4. Субъекты и инфраструктура инновационной деятельности.
5. Государственное регулирование инновационной деятельности.
6. Структура и содержание системы инновационного менеджмента организации.
7. Подсистема научного обеспечения инновационного менеджмента.
8. Инновационный потенциал организации.
9. Организационная культура и ее элементы, влияющие на инновационное поведение.
10. Мотивирование персонала инновационной организации.
11. Роль лидера в системе менеджмента инновационной организации.

12. Организационные структуры инновационных организаций.
13. Роль сетевых структур в системе инновационного менеджмента.
14. Выбор инновационной стратегии поведения организации.
15. Классификация методов инновационного менеджмента.
16. Методические основы управления рисками в инновационной организации.
17. Организационные формы инновационных предприятий.
18. Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия.
19. Источники и формы финансирования инновационной деятельности.
20. Патентно-лицензионная деятельность при коммерциализации нововведений.
21. Особенности маркетинга инноваций.
22. Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ.
23. Развитие системы социального партнерства в условиях модернизации российской экономики.
24. Содержание и взаимосвязь основных понятий в области инновационного менеджмента.
25. Объект, предмет, цели, задачи и функции инновационного менеджмента.
26. Менеджеры в инновационной сфере: требования к профессиональной компетенции.
27. Необходимость использования инновационного менеджмента в практике управления.
28. Преимущества, проблемы и ограничения инновационного подхода к управлению.
29. Понятие и сущность новшества, нововведения, инновации, их взаимосвязь.
30. Классификация инноваций и их специфика.
31. Жизненный цикл новшества: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.
32. Жизненный цикл нововведения: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.
33. Инновационный процесс: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.

34. Методы организации и способы ускорения инновационного процесса, их характеристика.
35. Понятие и сущность инновационного проекта. Классификация инновационных проектов и их специфика.
36. Экспертиза инновационных проектов: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
37. Процесс разработки концепции инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
38. Методы поиска инновационных идей и их характеристика.
39. Процесс реализации инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
40. Понятие и сущность риска в инновационной деятельности. Классификация инновационных рисков и их специфика.
41. Методы и способы управления рисками в инновационной деятельности, их характеристика.
42. Финансирование инновационной деятельности: понятие, основные финансовые источники и их характеристика.
43. Понятие и сущность лизинга, его роль в перспективном финансировании инновационной деятельности.
44. Понятие и сущность венчурного (рискового) финансирования инновационной деятельности.
45. Понятие и сущность государственного регулирования инновационной сферы.
46. Понятие и сущность государственной инновационной политики, возможные стратегии и варианты реализации, их характеристика.
47. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной сферы.
48. Рынок инновационной продукции: понятие, субъекты, объекты, отличительные особенности.
49. Инновационные аспекты различных типов конкурентного поведения организации.

50. Понятие и сущность лицензирования в инновационной деятельности. Классификация лицензий и их специфика.
51. Проблемы и перспективы стратегического управления инновационной деятельностью.
52. Понятие и сущность инновационной стратегии организации.
53. Классификация инновационных стратегий и их специфика.
54. Процесс разработки инновационной стратегии организации: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
55. Организация инновационной деятельности: понятие, развитие и современное состояние.
56. Особенности организации инновационной деятельности в крупном и малом бизнесе.
57. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности: понятие, классификация, проблемы и перспективы развития.
58. Понятие и сущность инновационной активности персонала организации.
59. Понятие и сущность эффективности инновационной деятельности.
60. Технология оценки эффективности инновационной деятельности организации: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЧТЕНИЮ ЛЕКЦИЙ

1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

- 1.1. Инновационный менеджмент: причины возникновения, сущность и содержание
- 1.2. Нововведение – как объект инновационного менеджмента
- 1.3. Функции инновационного менеджмента
- 1.4. Модели инновационного менеджмента
- 1.5. Жизненный цикл нововведений

Контрольные вопросы по теме:

- 1. Что понимается под инновационным менеджментом?*
- 2. В чем проявляется сущность и содержание инновационного менеджмента?*
- 3. Назовите причины появления инновационного менеджмента?*
- 4. Какие модели инновационного менеджмента Вы знаете?*
- 5. Назовите и раскройте содержание основных функций инновационного менеджмента?*
- 6. Что понимается под инновациями?*
- 7. Какие стадии жизненного цикла инноваций Вы знаете?*

2. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ

- 2.1. Государственное управление инновационными процессами
- 2.2. Особенности управления инновационными процессами в регионе
- 2.3. Управление нововведениями на предприятии

Контрольные вопросы по теме:

- 1. Перечислите основные функции государственного управления инновационными процессами.*
- 2. Раскройте содержание основных методов государственного регулирования инновационной деятельности.*
- 3. В чем проявляется различие между научно-технической и инновационной политиками государства?*
- 4. Раскройте особенности управления инновационными процессами в регионе.*
- 5. Охарактеризуйте отличительные черты управления нововведениями на предприятии.*

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 3.1. Формы организации инновационной деятельности
- 3.2. Структура инновационных организаций

Контрольные вопросы по теме:

- 1. Что понимается под организационной формой инновационной организации?*
- 2. Какие формы организации инновационной деятельности Вы знаете?*

3. Временная организация, созданная для решения конкретной задачи, характерна для:

- а) дивизиональной формы организации;
- б) матричной формы организации;
- в) проектной формы организации;
- г) сетевой формы организации.

4. Что понимается под организационной структурой инновационной организации?

5. Какие особенности построения традиционных организационных структур Вы знаете?

6. Охарактеризуйте современные формы построения инновационных организаций.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ

4.1. Содержание процесса создания и освоения новой продукции

4.2. Принципы и методы организации ускоренного освоения новой продукции

4.3. Методы организации перехода на выпуск новых изделий

4.4. Гибкие производственные системы при организации освоения производства новых изделий

Контрольные вопросы по теме:

1. Что понимается под освоением производства новых изделий?

2. Какие методы организации перехода на выпуск новой продукции Вы знаете?

3. Сформулируйте принципы и методы организации ускоренного освоения новых изделий?

4. Какие различия проявляются при конструкторской и технологической подготовке производства?

5. Выпуск первых серийных образцов и выход производства на проектную мощность характерно для:

- а) технического освоения;
- б) производственного освоения;

в) экономического освоения.

6. Какова роль гибких производственных систем при организации освоения производства новых изделий?

5. УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

5.1. Сущность и содержание затрат на инновационную деятельность

5.2. Планирование и учет затрат при освоении новых изделий. Метод Райта

5.3. Особенности формирования цен при разработке новой продукции

5.4. Особенности формирования цен при освоении новых изделий

Контрольные вопросы по теме:

1. Что понимается под затратами на инновационную деятельность?

2. В чем отличие текущих и капитальных затрат на инновационную деятельность?

3. Какие методы планирования затрат на инновационную деятельность Вы знаете?

4. В чем сущность метода Т. Райта при планировании затрат на инновационную деятельность?

5. Что показывает коэффициент крутизны кривой освоения?

6. Какие виды цен применяются при разработке и производстве новой продукции?

7. Какие цены устанавливаются при освоении новых изделий?

6. ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА

6.1. Виды маркетинга инноваций. Направления маркетинговой стратегии в инновационной деятельности

6.2. Критерии сегментации рынка новых товаров и пути совершенствования маркетинга

6.3. Стратегический инновационный маркетинг

6.4. Тактический инновационный маркетинг

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие виды маркетинга используются при разработке рыночной

инновационной стратегии?

2. В чем отличия стратегического и тактического маркетинга?

3. Назовите критерии сегментации рынка инновационной продукции.

4. Какие пути совершенствования маркетинга инноваций Вы знаете?

5. Какими методами осуществляется выбор нового продукта?

6. Охарактеризуйте направления маркетинговой стратегии при организации инновационной деятельности.

7. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1. Методы планирования инноваций

7.2. Прогнозирование в инновационном менеджменте

7.3. Инновационные игры: сущность и особенности применения

Контрольные вопросы по теме:

1. Что понимается под планированием и прогнозированием инновационной деятельности?

2. Какие принципы планирования инновационной деятельности Вы знаете?

3. Какие известны методы планирования инноваций?

4. Охарактеризуйте методы прогнозирования инноваций?

5. Что понимается под инновационной деловой игрой?

6. В чем сущность и особенности применения инновационных игр?

8. ИНВЕСТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

8.1. Формы и методы инвестирования инноваций

8.2. Венчурное финансирование инновационной деятельности

8.3. Лизинговое финансирование инновационной деятельности

8.4. Риски в инновационном менеджменте: понятие и виды

Контрольные вопросы по теме:

1. Что понимается под инвестированием инновационной деятельности?

2. Каковы цели и задачи инвестирования инноваций?

2. Какие источники финансирования инновационной деятельности Вы знаете?

3. Какова взаимосвязь форм и методов финансирования инновационной

деятельности?

4. В чем особенности венчурного финансирования инноваций?

5. В чем особенности лизингового финансирования инноваций?

6. Что понимается под риском в инновационном менеджменте?

7. Какие виды риска Вы знаете?

8. Назовите методы снижения рисков при осуществлении инновационной деятельности.

9. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

9.1. Содержание стратегического управления инновационной деятельностью

9.2. Характеристика стратегий поведения предприятий на рынке

9.3. Виды стратегий инновационной деятельности

9.4. Опыт применения инновационных стратегий

Контрольные вопросы по теме:

1. В чем особенности функционирования малого предпринимательства в инновационной среде?

2. Какие формы организации инновационного предпринимательства Вы знаете?

3. Что понимается под интрапренерством?

4. Какие формы интрапренерства Вы знаете?

5. Охарактеризуйте особенности функционирования интрапредпринимательских структур.

10. МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

10.1. Особенности малого предпринимательства в инновационной сфере

10.2. Формы организации малого инновационного предпринимательства

10.3. Интрапренерство как форма организации инновационной деятельности

Контрольные вопросы по теме:

1. Что понимается под инновационным проектом?

2. Каковы цели и задачи разработки и реализации инновационного проекта?

3. Какие показатели эффективности инновационных проектов Вы знаете?

4. *Перечислите и охарактеризуйте динамические методы оценки эффективности инновационных проектов?*

5. *Для чего проводится экспертиза инновационных проектов?*

6. *В чем суть балльной оценки инновационных проектов, разработанная в компании «Континентал групп».*

7. *Какие методы экономической диагностики Вы знаете?*

11. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. *Инновационный проект: понятие, типология и структура*

11.2. *Показатели и методы оценки эффективности инновационных проектов*

11.3. *Экспертиза и методы анализа инновационных проектов*

11.4. *Критерии и показатели, используемые в экономической диагностике инновационной деятельности.*

Контрольные вопросы по теме:

1. *Что понимается под затратами на инновационную деятельность?*

2. *В чем отличие текущих и капитальных затрат на инновационную деятельность?*

3. *Какие методы планирования затрат на инновационную деятельность Вы знаете?*

4. *В чем сущность метода Т. Райта при планировании затрат на инновационную деятельность?*

5. *Что показывает коэффициент крутизны кривой освоения?*

6. *Какие виды цен применяются при разработке и производстве новой продукции?*

7. *Какие цены устанавливаются при освоении новых изделий?*

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практическое занятие №1. Объекты инновационного менеджмента

Цель занятия: ознакомление с сущностью и содержанием инновационной деятельности и изучение основных определяющих характеристик инновации

Ситуация для анализа: *«Инновационная деятельность научно-производственного центра "Реликт"»¹*

Научно-производственный центр «Реликт» является одной из крупнейших отечественных фирм по созданию компьютерных технологий для швейной индустрии. Компания занимает 20 % этого наукоемкого рынка и выпускает более 50 программ в год. А начинала эта компания с пошива чехлов для автомобильных сидений...

Начало бизнеса

Начало 1990-х гг. было трудным моментом в истории отечественной отраслевой науки: бюджетное финансирование резко сократилось, традиционные заказчики оказались на грани банкротства. Уровень оплаты труда работников НИИ порой не соответствовал даже прожиточному минимуму. Не был исключением и Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности, где трудились те, кто составляет сейчас кадровое ядро «Реликта». Именно в этот период у них родилась бизнес-идея, с реализации которой началась история компании.

Научный коллектив подошел к проблеме «выживания» с маркетинговой точки зрения и, перед тем как выйти на рынок, провел маркетинговое исследование. Целью этого этапа было определение места сосредоточения платежеспособного спроса. Выяснилось, что это те же люди, кто приобретает автомобили. Было принято решение об использовании разработанной в НИИ уникальной технологии по соединению лоскута в производстве чехлов для автомобилей. Благодаря этой запатентованной технологии лоскутное (а значит, более

¹ Интерпретированы материалы, разработанные Хотяшевой О.М. Инновационный менеджмент: Учеб. Пос. – СПб.: Питер, 2005.

дешевое) изделие казалось непосвященному человеку сшитым из полноценной ткани и при этом искусно декорированным. Коллектив приобретал по бросовым ценам фабричные производственные отходы — остатки дорогих натуральных тканей и мехов — и шил качественные долговечные чехлы. Сбывали продукцию также без посредников. Товар пользовался огромным спросом. Были заключены договоры с простаивающими ателье, и бизнес пошел в рост.

Однако через некоторое время коллектив верно спрогнозировал падение спроса на свою продукцию. Во-первых, появились дешевые импортные аналоги, а во-вторых, сама продукция перестала быть настолько актуальной. Коллектив «Реликта» переориентировался на новую нишу...

Новый рынок

Новая ниша, которую выбрали себе ученые, — пошив спецодежды. Во-первых, здесь можно успешно использовать технологические разработки сотрудников НПЦ «Реликт». Рабочая одежда должна быть прочной и долговечной, поэтому для нее используются особые ткани, требующие особой технологии пошива. С другой стороны, ткани и технологии не должны быть дорогостоящими, так как уровень цен на такую продукцию должен оставаться невысоким.

Успех нового предприятия строился на том, что сотрудники компании смогли правильно спрогнозировать ситуацию на рынке профессиональной одежды и грамотно оценить характер и объем спроса.

К середине 1990-х гг. на рынке России появились компании, готовые платить за корпоративную одежду, являющуюся частью фирменного стиля. Причем каждая компания требовала эксклюзивности продукции, с одной стороны, и ее многофункциональности — с другой. Технология «Реликта» давала возможности гибкого реагирования на нужды заказчика, при этом сохранялась низкая себестоимость, что создавало и значительное ценовое преимущество перед западными конкурентами.

Компания начала с уже освоенного платежеспособного сектора — автосервисов, которые приобретали форму для автослесарей, мойщиков

автомобилей и технического персонала. Затем стали поступать заказы от медицинских учреждений, охранных агентств, магазинов, авиакомпании и т. д. Необходимость частой смены моделей и работа малыми партиями (от 20 до 100 единиц) сдерживали рост бизнеса. Исполнение заказов требовало оперативности, а затраты на переподготовку производственных мощностей под новый заказ составляли 50 % от всей стоимости проектов и требовали не только средств, но и времени. И тогда «Реликт» внедрил еще одну инновацию — компьютерную систему проектирования спецодежды. С ее помощью удалось сократить подготовительный цикл работ перед запуском модели в производство в пять-семь раз. За один рабочий день теперь можно было успеть нарисовать эскиз, сделать лекала на все заказанные размеры и выкройки, рассчитать, сколько понадобится ткани, описать все технологические операции и их последовательность для конкретной модели. Успех такой программы был очевиден, и фирма «Реликт» получила значительное конкурентное преимущество на рынке профессиональной одежды, но на очереди была другая инновация...

Новая стратегия бизнеса

Вместо того, чтобы использовать свое ноу-хау и получать сверхприбыль в выбранном секторе, компания нашла новое рыночное окно с великолепной перспективой роста. «Реликт» продает свою запатентованную технологию конкурентам, имеющим крупные производства (что позволяет использовать эффект экономии на масштабах), и сосредотачивает свою деятельность на создании компьютерных технологий для швейных производств разной направленности.

К концу 1990-х гг. программный продукт «Реликта» использовали не только компании, специализирующиеся на пошиве спецодежды, но и предприятия по пошиву мужских и женских костюмов, детской одежды, меховых и кожаных изделий. Свою продукцию компания стала реализовывать и мебельным производителям, так как при использовании уникальной компьютерной

технологии «Реликта» себестоимость производства мягкой мебели снизилась на 5-7 %.

Последней новацией стало создание компьютерной программы, позволяющей персонифицировать каждую единицу продукции под индивидуальные особенности фигуры человека.

Целевым рынком «Реликта» являются небольшие, быстро развивающиеся швейные предприятия с числом занятых около 30 человек и ежегодным оборотом приблизительно 500 тыс. долл. в год. Таких предприятий в России около полутора тысяч. Однако лишь четвертая часть из них готова к профессиональному использованию компьютерных технологий. Но и те компании, которые внедряют новые технологии, также ограничены в средствах, поэтому «Реликт» дифференцировал свою продукцию и старается удовлетворить различные требования клиентов. Для продвижения своей продукции компания воспользовалась механизмом государственной поддержки малого бизнеса. В России есть Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Покупатели компьютерной технологии «Реликта» могут получать через фонд необходимое для ее установки оборудование на выгодных лизинговых условиях. А стоимость вычислительной техники и периферии составляет 50-70 % от общих затрат по внедрению компьютерного проектирования одежды. Благодаря этому нововведению продажи «Реликта» выросли на 60 %.

Таким образом, активная инновационная политика и грамотный маркетинговый подход обеспечили малому предприятию «Реликт» устойчивый рост и перспективы развития на рынке России.

Аналитическое задание

1. Изучив ситуацию для анализа, перечислить инновации компании «Реликт».
2. На основе таблицы дать характеристику инноваций компании «Реликт» по основным классификационным признакам.
3. Привести примеры продуктовых инноваций, появившихся на российском рынке в последнем полугодии. Дать им характеристику по основным классификационным признакам.

4. Подумайте и определите факторы, влияющие на инновационную активность и восприимчивость производителей.

Контрольные вопросы

1. Определите отличия экономических категорий «новшество», «инновация», «открытие», «изобретение».

1. Раскройте содержание подходов к понятию инновации.

2. Поясните основные составляющие нововведения.

3. Определите свойства инновации.

4. Сформулируйте классификацию инноваций по присущим им признакам.

5. Определите перспективы развития инновационной деятельности в РФ.

6. Назовите виды инновационной деятельности.

7. Охарактеризуйте источники инновационных возможностей.

8. Определите факторы, влияющие на инновационную активность и восприимчивость производителей.

Практическая работа №2. Формирование эссе по актуальным проблемам инновационной экономики

Цель работы: предложить собственное видение актуальной в условиях инновационного развития российской экономики проблемы

Задание на самостоятельную работу

На основе использования творческих возможностей и аналитического обзора современной литературы (статей в научно-публицистических журналах и ресурсов Интернет) сформировать эссе по тематике согласно варианту, выданному преподавателем:

1. Инновационная организация будущего

2. Перспективные направления развития инновационного бизнеса в Воронежской области

3. Инновационная продукция будущего

4. Инновационные профессии будущего

5. Инновационная культура предприятия

6. Конкуренция в сфере инновационного бизнеса

7. Информационная культура инновационного предприятия
8. Глобализация бизнеса: за и против
9. Ключевые характеристики инновационной экономики
10. Перспективы развития персонала в условиях инновационного бизнеса
11. Компетенции менеджера по инновациям
12. Руководитель инновационного предприятия
13. Инновационная организация производства
14. Технологии маркетинга инновационной продукции
15. Инновационные условия труда

Контрольные вопросы

1. Определите ключевые факторы инновационной экономики.
2. Раскройте понятие глобализации, ее роль в мировом социально-экономическом развитии.
3. Охарактеризуйте понятия инновационной экономики, экономики знаний.
4. Раскройте тенденции инновационного развития факторов производства.
5. Назовите мировые центры технологического развития и их стратегии.
6. Раскройте содержание классов технологий, определяющих мировое экономическое развитие.

Практическое занятие №3. Риски в инновационной деятельности

Цель занятия: изучение существующих видов риска инновационной деятельности и приобретение практических навыков оценки уровня риска реализации инновационных проектов

Расчетное задание

Задача 1. Существуют четыре основные группы факторов риска реализации инновационных проектов в вузах (табл.4.1).

Таблица 4.1

Исходные данные

Факторы риска	Показатели	Значение
1	2	3
1. Связанные с коллективом исполнителей (X)	X_1 – на выполнении инновационного проекта скажется недооценка сложности научно-технической задачи (включая возможный выбор принципиально неверного направления работ)	3
	X_2 – на выполнении работы скажется нехватка времени (из-за неправильного планирования процесса выполнения инновационного проекта, в то время как основное направление работ выбрано правильно)	2
	X_3 – на выполнении работы скажутся возникшие в ходе ее выполнения проблемы, связанные с научным руководителем темы, в частности с его длительным отсутствием или сменой	4
	X_4 – на выполнении работы скажутся возникшие в ходе ее выполнения проблемы, связанные с иными непосредственными участниками работы (кроме руководителя)	1
2. Связанные с вузом	Y_1 – на возможности выполнения инновационного проекта скажутся организационные изменения в вузе, предпринятые руководством вуза	1
	Y_2 – на возможности выполнения инновационного проекта скажутся внутривузовские экономические проблемы	4
	Y_3 – на возможности выполнения инновационного проекта скажется отсутствие в вузе соответствующей материальной базы	0
3. Связанные с внешним партнером (Z)	Z_1 – на возможности выполнения инновационного проекта скажутся финансовые проблемы внешнего партнера, связанные с недостатками в работе его сотрудников	3
	Z_2 – на выполнении проекта повлияют проблемы внешнего партнера, связанные с деятельностью конкретных государственных органов и частных фирм (например, неплатежи, административные решения)	5

	Z ₃ - работу над проектом сорвет изменение поведения возможных потребителей, например, из-за изменения моды или из-за решений соответствующих вышестоящих органов (министерств или ведомств)	1
	Z ₄ – на возможности выполнения инновационного проекта отрицательно скажутся организационные преобразования у внешнего партнера, в частности смена руководства	4
4. Связанные с общей экономической обстановкой (W)	W ₁ – на возможности выполнения инновационного проекта скажется отсутствие или сокращение номинального финансирования (неплатежи со стороны бюджета)	3
	W ₂ – на возможности выполнения инновационного проекта скажется резкое сокращение реального финансирования (в сопоставимых ценах) из-за инфляции	4
	W ₃ – на возможности выполнения инновационного проекта скажется изменение статуса и/или задач вуза или его внешнего партнера (в частности, из-за ликвидации или реорганизации вуза) оп решению вышестоящих органов министерства (ведомства)	1
	W ₄ – на возможности выполнения инновационного проекта скажутся относящиеся к инновационному проекту решения соответствующих вышестоящих органов (министерств или ведомств), связанные, например, с закрытие информации или с таким выбором технической политики, который делает ненужным или нецелесообразным выполнение инновационного проекта	2

Методические указания:

1. Риск реализации инновационных проектов в вузе рассчитывается по формуле:

$$P = P_1 \times P_2 \times P_3 \times P_4, \quad (4.1)$$

где P₁ – вероятность «полного успеха»;

P₂ – вероятность того, что ситуация внутри коллектива исполнителей не помешает выполнению инновационного проекта;

P_3 – вероятность того, что внешний партнер полностью выполнит свою работу, после того, как научно-исследовательский коллектив полностью выполнит свою часть работы;

P_4 – вероятность того, что ситуация в народном хозяйстве не мешает выполнению инновационного проекта.

2. Оценка весомости (важности) данных вероятностей:

$$P_n = 1 - A_{1n}B_{1n} - A_{2n}B_{2n} - \dots - A_{kn}B_{kn}, \quad (4.2)$$

где индекс n принимает одно из значений 1,2,3,4;

$B_{1n}, B_{2n}, \dots, B_{kn}$ – факторы, используемые при вычислении оценки риска типа n ;

$A_{1n}, A_{2n}, \dots, A_{kn}$ – коэффициенты весомости (важности) этих факторов.

На основе практического опыта экспертная группа из специалистов, профессионально занимающихся управленческой деятельностью, в частности в инновационной области, оценила факторы по качественной шкале.

Для факторов риска, связанных с коллективом исполнителей, экспертная группа определила следующие значения коэффициентов:

$$A_1 = 0,02; \quad A_2 = 0,08; \quad A_3 = 0,07; \quad A_4 = 0,03.$$

Для факторов риска, связанных с вузом:

$$A_1 = 0,10; \quad A_2 = 0,08; \quad A_3 = 0,02.$$

Для факторов риска, связанных с внешним партнером:

$$A_1 = 0,03; \quad A_2 = 0,06; \quad A_3 = 0,06; \quad A_4 = 0,05.$$

Для факторов риска, связанных с общей экономической обстановкой:

$$A_1 = 0,10; \quad A_2 = 0,05; \quad A_3 = 0,03; \quad A_4 = 0,02.$$

Задача 2. Известно распределение ожидаемой доходности инновационных проектов X и Y (табл.4.2).

Исходные данные

Проект X	Вероятность, %	0,05	0,1	0,6	0,2	0,05
	Доходность, %	-0,2	-0,1	0,05	0,15	0,2
Проект Y	Вероятность, %	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1
	Доходность, %	-0,05	0	0,05	0,1	0,15

Найдите ожидаемый уровень доходности для инновационных проектов X и Y, стандартную ошибку и оцените рискованность инноваций.

Методические указания:

1. Ожидаемый уровень доходности можно определить по формуле:

$$kml = \sum_{i=1}^n k_i \times p_i, \quad (4.3)$$

где k_i - n -е возможное значение доходности i -ого актива;

p_i - вероятность реализации проекта, значение доходности n для i -ого актива;

n - число возможных значений доходности.

2. Рассчитать стандартную ошибку отклонения можно по формуле:

$$\delta = \sqrt{\sum_i (k_i - kml)^2 \times p_i}, \quad (4.4)$$

3. Оценивать рискованность инноваций следует по формуле:

$$v = \frac{\delta}{kml} \quad (4.5)$$

Задача 3. Сравните рискованность вложений, используя исходные данные, представленные в табл. 4.3.

Исходные данные

Ценные бумаги	Ожидаемая доходность, %	Стандартная ошибка, %
Акции «Омега»	60	50

Облигации «Дельта»	30	20
Векселя «Альфа»	40	10

Задача 4. Инвестиционный портфель Π_1 характеризуется среднеквадратическим отклонением в 20%, показывающим риск портфеля. Планируется создать инвестиционный портфель Π_2 , включающий безрисковые активы. Определите стандартное отклонение инвестиционного портфеля Π_2 , если доля безрисковых активов в нем равна 30%.

Методические указания

Стандартное отклонение портфеля Π_2 (%), следует рассчитывать по формуле:

$$\delta_{\Pi_2} = (1 - D_n) \times \delta_n, \quad (4.6)$$

где D_n - доля прежнего портфеля в формируемом портфеле;

δ_n - риск прежнего портфеля.

Отчет по практическому занятию должен содержать:

- ✓ название, цель и ход практического занятия;
- ✓ результаты расчетов по задачам с указанием расчетной формулы и расшифровкой показателей, входящих в ее состав;
- ✓ выводы и рекомендации по снижению риска реализации инновационных проектов.

Контрольные вопросы

1. Раскройте сущность жизненного цикла новшеств.
2. Представьте модель организации в разрезе инновационного развития
3. Охарактеризуйте диффузионную модель развития управленческого нововведения.
4. Раскройте внутриорганизационную модель инновационного процесса.
5. Назовите стадии инновационных циклов нововведения-продукта и нововведения-процесса .
6. Перечислите стадии производства новой продукции.
7. Представьте полный инновационный цикл производства новой продукции.
8. Раскройте понятие риска инновационной деятельности и его классификацию.

Практическое занятие №4. Субъекты малого инновационного предпринимательства

Цель занятия: изучение современных форм организации малого инновационного бизнеса

Аналитическое задание – изучите ситуацию для анализа ПЗ №1 и определите ключевые факторы успеха инновационной деятельности компании «Реликт»; продемонстрируйте факторы, способствующие и, напротив, препятствующие развитию инновационной деятельности в малом секторе бизнеса; дайте характеристику успешному, на Ваш взгляд, в условиях малого предпринимательства типу менеджмента.

Расчетное задание

Объем совокупных активов малого предприятия ООО «Каскад», выделенный в рамках целевого финансирования развития инновационной деятельности, составляет 10 млн. рублей. Научно-исследовательская деятельность предприятия ведется по пяти направлениям, каждым из которых занимается отдельная команда. Исходные данные по итогам работы команд за 2006 год представлены в табл. 5.1.

Таблица 5.1

Исходные данные (тыс. р.)

Номер команды	1	2	3	4	5
Затраты команды	1290	2820	1530	2370	1960
Чистая прибыль команды	230	370	310	280	150

Используя исходные данные выяснить, какая из команд вносит наибольший вклад в успех инновационных разработок ООО «Каскад»? Результаты расчетов отразить в табл. 5.2. Сделать выводы.

Результаты расчетов

Номер команды	1	2	3	4	5
Доля команды в затратах					
Доля команды в прибыли					
Коэффициент корпоративной эффективности команды					

Методические указания к расчетному заданию

1. Определяется доля затрат каждой команды ($Дз_i$) в затратах предприятия.

Следует принять во внимание, что в качестве денежного выражения суммы затрат при проведении расчетов используется сумма стоимости совокупных активов, которой соответствует объем целевого финансирования инновационной деятельности предприятия. Сумма затрат каждой команды - это балансовая стоимость активов, находящихся в управлении этой команды.

$$Дз_i = З_i / З, \quad (5.1)$$

где $З_i$ - затраты i -ой команды;

$З$ - затраты предприятия.

2. Вычисляется доля каждой команды ($Дп_i$) в совокупной чистой прибыли:

$$Дп_i = П_i / П, \quad (5.2)$$

где $П_i$ - чистая прибыль i -ой команды;

$П$ - чистая прибыль предприятия.

3. Рассчитывается коэффициент корпоративной эффективности ($К_i$) для каждой команды:

$$К_i = Дп_i / Дз_i. \quad (5.3)$$

4. Команды ранжируются по значению коэффициента корпоративной эффективности.

Практическое занятие №5. Современные формы организации крупного инновационного бизнеса

Цель занятия: изучение современных форм организации крупного инновационного бизнеса

Задание на практическое занятие

1. На основе различных информационных источников изучите историю формирования технопарковых структур в России и за рубежом, охарактеризуйте особенности построения технопарка, сформулируйте причины появления технопарковых структур в России, укажите главные центры их исторического развития.

2. На основе информационных ресурсов сети Интернет рассмотреть практические примеры функционирования российских и зарубежных технопарковых структур, указав особенности их возникновения и построения, целевое предназначение и отраслевую направленность: «Силиконовая долина» (Калифорния, США), «Бионическая долина» (Юта, США), «Дорога 128» (Массачусетс, США), «Технопарк Карлсруе» (Карлсруе, Германия), «София-Антиполис» (Лазурный берег, Франция), технопарк «Зеленоград» (Московская область, Россия), Научный парк «Измайлово» (Москва, Россия) и др.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте инфраструктуру инновационной деятельности.
2. Определите мотивы предприятий к занятию инновационной деятельностью
3. Раскройте формы крупного инновационного бизнеса.
4. Дайте описание формам малого инновационного предпринимательства.
5. Раскройте преимущества инновационной деятельности в малых структурах инновационного предпринимательства.
6. Определите предпосылки возникновения технопарковых структур в России.
7. Охарактеризуйте историю развития зарубежных технопарков.

8. Определите географию и особенности крупнейших технополисов.
9. Раскройте содержание сетевых структур инновационного бизнеса.
10. Предложите прогноз развития инфраструктуры инновационной деятельности в РФ и за рубежом.

Практическая работа №6. Актуальные проблемы становления рынка инноваций в РФ

Цель работы: предложить собственное видение актуальной в современных условиях проблемы становления Российского рынка инноваций

Аналитическое задание на самостоятельную работу

На основе использования творческих возможностей и аналитического обзора ситуации ответить на следующие вопросы.

1. Почему Россия, несмотря на высокий научный и инновационный потенциал, уступает многим странам на рынке высоких технологий и инноваций?
2. Какие шаги могли бы предпринять российские промышленники и предприниматели для «завоевания» рынка инноваций?
3. Чем характеризуется современная ситуация на рынке высоких технологий и каковы приоритеты развития научно-технического прогресса?
4. Какие организационно-экономические нововведения способствуют инновационной активности и предпринимательству в стране?

Ситуация для анализа: *«Российский рынок инноваций в современных условиях»*

Без интеллектуального продукта, полученного в результате инновационной деятельности невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокий уровень наукоемкости и новизны. В настоящее время мировой рынок высоких технологий составляет примерно 2 трлн. Долл., из которых на долю США приходится 39%, Японии – 30%, Германии – 16%. В мире на одного ученого приходится 10 менеджеров, которые отбирают перспективные научно-технические достижения, своевременно патентуют изобретения, занимаются продвижением наукоемких товаров на рынок. В нашей стране на 10 ученых приходится один менеджер. В результате при

наличии на внешнем рынке до 10% высокотехнологичных товаров организовать их продажу на внешнем рынке весьма сложно.

В российской науке из 100 направлений исследования 17 опережают мировой уровень. По ним разрабатываются проекты с детальными бизнес-планами, которые предполагают выход на мировой рынок. Имеется еще 22 направления с возможностью через несколько лет выйти на мировой уровень конкурентоспособности. Однако из-за ограниченности бюджетных средств государственная поддержка российской науки распространяется только на 17 направлений. К ним относятся: биотехнологии на основе биоинженерии, разработка атомной и космической техники, биосовместимых фармацевтических препаратов, систем искусственного интеллекта и виртуальной реальности, рекомбинантных вакцин, сверхтвердых материалов, мембран, катализаторов, электронноионноплазменных технологий и др.

Резкое снижение объемов инвестиций в обновление основных фондов и слабо развитое государственное регулирование поддержки инновационной деятельности привело к спаду инновационной активности в стране в целом. При этом изменилась структура инвестиций: в структуре затрат на инновации ведущую роль стали играть собственные средства – 77%, выросла доля иностранных инвестиций – до 10%, при этом бюджетные ассигнования сократились до 3%. Остальные финансовые ресурсы привлекались на условиях кредитования.

Вместе с тем заметную роль в оживлении инновационной активности российских предприятий сыграли дезинтеграционные процессы, связанные с формированием малых организационных структур в сфере инновационного бизнеса, учитывая тот факт, что 90% промышленной продукции выпускается предприятиями с достаточно высокой численностью работающих. Такие организации (в основном внедренческие) специализируются на выпуске небольших партий новой продукции по имеющимся патентам на изобретения, полезным моделям.

Таким образом, по данным прогноза без коренного изменения отношения к инновационной сфере на всех уровнях принятия решений в ближайшее время

существенный рост инновационной активности промышленных предприятий не ожидается.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные направления коммерциализации новшеств.
2. Дайте представление о рынке инноваций.
3. Раскройте понятие научно-технической продукции.
4. Определите понятие интеллектуальной собственности и ее роль в прогрессивном развитии общества.
5. Охарактеризуйте объекты интеллектуальной собственности.
6. Поясните сущность нематериального актива.
7. Раскройте основы трансфера технологий.
8. Определите побудительные мотивы покупателей и продавцов технологий.
9. Покажите место инжиниринга в трансфере инноваций.
10. Поясните механизмы формирования цен на новшества.
11. Определите особенности и проблемы формирования отечественного и международного рынка интеллектуальной продукции.

Практическое занятие №7. Государственное регулирование инновационной деятельности

Цель занятия: изучение законодательного и нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности

Задание на практическое занятие

На основе информационных ресурсов сети Интернет, ПП «Консультант плюс» или «Гарант» изучить:

- Концепцию долгосрочного прогноза научно-технологического развития РФ до 2025 г.;
- Стратегию развития науки и инноваций в РФ до 2015 г.;
- Основы политики РФ в области развития науки и технологий до 2010 г и на дальнейшую перспективу;

Федеральные законы РФ, относящиеся к сфере регулирования инновационной деятельности;

Постановления Правительства РФ, относящиеся к сфере регулирования инновационной деятельности.

Подготовить резюме по каждому из законодательных и нормативно-правовых актов, отражающее:

название документа, номер и дату принятия;

цель разработки документа;

объект, на который направлен документ;

содержание документа (какие аспекты инновационной деятельности определяет, какие понятия в области инновационной деятельности регламентирует, какие структуры поддержки инновационной деятельности утверждает).

Перечень необходимого к изучению законодательного и нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности представлен в Приложениях 1, 2 и 3.

Контрольные вопросы

1. Определите цели и задачи государственного регулирования инновационной деятельности.
2. Назовите нормативно-правовые и законодательные акты, направленные на стимулирование научной, научно-технической и инновационной деятельности в РФ.
3. Назовите нормативно-правовые акты, направленные на регулирование налогообложения инновационной деятельности в РФ.
4. Назовите нормативно-правовые и законодательные акты, направленные на регулирование и системы финансирования и инвестирования инновационной деятельности в РФ.
5. Какие законодательные и нормативно-правовые акты поддержки малого инновационного предпринимательства существуют в РФ?
6. Раскройте основные направления российской инновационной политики.
7. Раскройте основные положения Концепции государственной научной, научно-технической и инновационной политики.

8. Какие виды государственной поддержки инновационной деятельности применяются в российской практике?
9. Какие виды особых экономических зон могут быть созданы на территории РФ и каким образом они стимулируют инновационную деятельность?
10. Определите способы государственной поддержки малых инновационных предприятий.

Практическое занятие №8. Управление затратами на освоение и выпуск новой продукции

Цель занятия: изучение методов планирования затрат на освоение и производство новой продукции и приобретение практических навыков расчета данного вида затрат

Расчетное задание

Задача 1. Процесс освоения нового деревообрабатывающего станка базируется на изготовлении 4 партий изделий и заканчивается выпуском 64 изделий. Планируемая трудоемкость изготовления изделия по окончании освоения 2000 нормо-ч/шт. Кривая освоения характеризуется рассчитанным на основе метода экстраполяции показателем крутизны кривой освоения, равным 0,5. Планируемая трудоемкость в месяц составляет 15540 нормо-ч/мес. Определить: коэффициент освоения нового вида изделий; трудоемкость изготовления каждой партии новых станков; планируемый объем трудовых затрат за весь период освоения; объем необходимых и дополнительных трудовых затрат; плановую длительность периода освоения. Построить кривую освоения, охарактеризовав динамику изменения трудоемкости изготовления нового вида станка.

Задача 2. Освоение новой модели грузового автомобиля предполагается осуществить в течение полутора лет. Планируется поквартальный выпуск пробных партий нового изделия. Коэффициент освоения, определенный методом аналогии, предположительно составит 0,7. Себестоимость изготовления автомобиля в первом году выпуска 1740 тыс. р. (при этом удельные условно-постоянные расходы составляют 1480 тыс. р.).

Предполагается, что за время освоения удельные условно-постоянные расходы уменьшатся на 20 %. Динамика снижения переменных затрат соответствует характеру снижения трудоемкости единицы продукции. Определить проектную себестоимость изготовления грузового автомобиля.

Задача 3. Предприятие установило оптовую цену нового измерительного прибора при достижении проектного выпуска $C_{\text{ПР}} = 1000$ р., запланированный уровень рентабельности составляет 20 %. Планируемая проектная трудоемкость - 100 нормо-ч, продолжительность периода освоения - 4 мес. Процесс освоения характеризуется значением $b=0,5$. В составе условно-переменных затрат учитываются: основная и дополнительная заработанная плата рабочих, отчисления на социальное обеспечение. Проектные затраты по основной заработной плате рабочих - 1 р/ч, дополнительной - 25 % от основной. Постоянные расходы уменьшаются в период освоения на 5 % ежемесячно. Определить трудоемкость и себестоимость прибора в начале периода освоения.

Задача 4. Процесс освоения нового вида высокотехнологичной продукции завершается выпуском 16 изделий. Коэффициент освоения 0,7. Затраты на основные материалы и покупные части - 3000 р/шт., дополнительная заработная плата основных рабочих - 20 %, общепроизводственные расходы 200 % от основной заработной платы основных рабочих, общецеховые расходы 50 %. Трудоемкость изготовления первого изделия - 160 нормо-ч. Средняя тарифная ставка 80 р/ч. Определить производственную себестоимость одного изделия в начале освоения и в серийном выпуске.

Методические указания к выполнению расчетного задания

В начале освоения новых изделий производственный процесс характеризуется высокими затратами трудовых и материальных ресурсов. По мере нарастания объема выпуска продукции стабилизируется технологический процесс, налаживаются кооперированные и производственные связи, закрепляются специальные знания и навыки работы. В результате повышенные затраты постепенно снижаются и достигают необходимой величины на уровне технически обоснованных норм.

Американским ученым Т. Райтом установлена зависимость между нарастанием выпуска новых изделий и изменением экономических показателей. Она имеет вид степенной функции. Зависимость между трудоемкостью (условно-переменными расходами себестоимости нового изделия) и порядковым номером изделия отражает формула:

$$y = ax^{-b}, \quad (9.1)$$

где y - затраты на изготовление x -го изделия с момента начала выпуска данного вида продукции;

a - затраты труда на единицу изделия с начала освоения;

x - порядковый номер изделия с начала выпуска;

b - коэффициент крутизны кривой освоения.

Кривая освоения представлена на рисунке 9.3.

Коэффициент крутизны кривой освоения b характеризует темп относительного снижения экономических показателей и зависимость от новизны и сложности конструкции и технологического процесса, от степени готовности предприятия к освоению изделия. Чем меньше значение коэффициента, тем больше крутизна кривой, отражающей динамику показателя. Для каждого предприятия значения коэффициента следует рассчитать отдельно, используя для этого данные освоения производства ранее выпускаемых изделий.

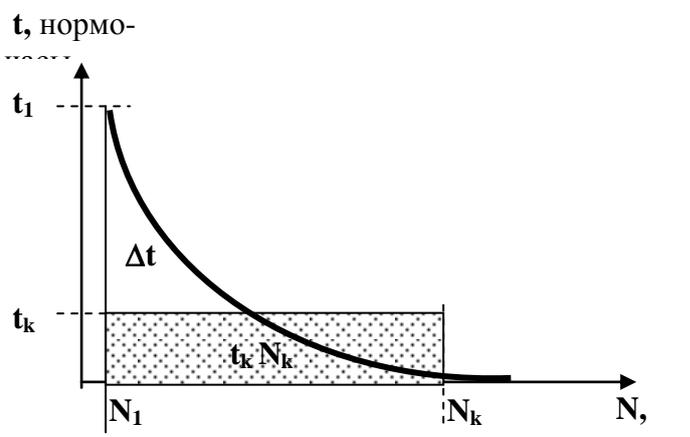


Рис. 9.3. Кривая освоения новой продукции

Для характеристики процесса освоения новых изделий используют коэффициент освоения K_{oc} , который показывает, во сколько раз уменьшается трудоемкость при каждом удвоении числа выпущенных изделий:

$$K_{oc} = t_{2i} / t_i, \quad (9.2)$$

где t_i - трудоемкость i -го изделия;

t_{2i} - трудоемкость изделия после удвоения числа выпускаемых изделий.

Существует взаимосвязь коэффициента крутизны кривой освоения и коэффициента освоения, которую можно отразить формулой:

$$b = - \lg K_{oc} / 0,301. \quad (9.3)$$

Расчеты показывают, что чем меньше коэффициент освоения K_{oc} (и соответственно больше коэффициент крутизны кривой освоения b), тем хуже идет процесс освоения новых изделий, тем большие потери несет предприятие. Проектная трудоемкость при этом достигается позже, период освоения затягивается.

Для расчета показателей при освоении новых изделий можно пользоваться следующими формулами:

$$t_i = t_l K_{oc}^A, \quad (9.4)$$

$$t_i = t_k / K_{oc}^A \quad (9.5)$$

$$t_i = t_k (N_i / N_k)^{-b}, \quad (9.6)$$

$$N_i = N_k / 2^A, \quad (9.7)$$

$$K_{oc}(cp) = \frac{\sum_{i=1}^A K_{oc}}{A}$$

$$, \quad (9.8)$$

$$K_{oc(n)} = K_{oc(cp)} * K_n * K_n, \quad (9.9)$$

где N_i, N_k - искомое и конечное значение объема производства;

A - число удвоений выпуска изделий,

t_k - трудоемкость k -го изделия,

$K_{oc(cp)}$ - коэффициент освоения средний по группе аналогичных изделий,

$K_{oc(n)}$ - коэффициент освоения для нового вида изделий;

K_n, K_n - коэффициенты преемственности и новизны изделия.

Общие затраты труда на производство новых изделий за период освоения T_Σ можно рассчитать по формуле:

$$T_\Sigma = t_1 \cdot N_1 + \frac{t_k \cdot N_k^b}{1-b} (N_k^{1-b} - N_1^{1-b}), \quad (9.10)$$

где t_1, t_k - трудоемкость одного изделия в начале и в конце освоения, нормо-ч;

N_1, N_k - количество изделий, выпущенных в первой партии в начале освоения и за весь период освоения, шт.

$$T_\Sigma = t_k N_k + \Delta t, \quad (9.11)$$

где $t_k N_k$ - необходимые затраты, определяемые на основе прогрессивных технически обоснованных норм в условиях установившегося производства,

Δt - повышенные затраты труда - добавочные расходы, которые возникают в процессе освоения новых изделий.

Отчет по практическому занятию должен содержать:

- ✓ название, цель и ход практического занятия;
- ✓ результаты расчетов по задачам с указанием расчетной формулы и расшифровкой показателей, входящих в ее состав;
- ✓ выводы.

Практическое занятие №9. Разработка стратегий в инновационном менеджменте

Цель занятия: изучение видов инновационных стратегий и приобретение навыков разработки инновационной стратегии при принятии управленческого решения

Расчетно-аналитическое задание

Провести анализ альтернатив реализации инновационной стратегии бизнеса и выбрать наиболее приемлемый вариант с точки зрения получения наилучших результатов. Ответ обоснуйте.

Задача 1. На предприятии разработана базовая стратегия - направить активы на рост объемов производства. Функциональная стратегия в производственной сфере - провести техническое перевооружение производственной системы с целью обеспечения роста объемов производства. Возможны три альтернативы реализации функциональной стратегической программы:

- 1) комплексное обновление технической базы за счет покупки нового оборудования;
- 2) модернизация действующего оборудования;
- 3) реконструкция цехов с внедрением новой технологии.

Исходные данные представлены в табл. 9.2.

Таблица 9.2

Исходные данные. Поиск варианта наилучшей альтернативы

Цели, которые должны быть достигнуты	Значимость каждой цели в баллах	Альтернатива 1		Альтернатива 2		Альтернатива 3	
		вероятность достижения цели, %	оценка	вероятность достижения цели, %	оценка	вероятность достижения цели, %	оценка
Надежность	20	20	400	10	200	40	800
Комплексность	10	30	300	40	400	10	100
Эффективность	15	60	900	40	600	20	300
Завершенность	5	20	100	50	250	30	150
Приемлемость для исполнения	50	10	500	20	1000	30	1500
Итого	100	X	2200	X	2450	X	2850

Отчет по практическому занятию должен содержать:

- ✓ название и цель практического занятия;
- ✓ исходные данные к задаче;
- ✓ результаты расчетов и обоснование по задаче;
- ✓ выводы и рекомендации по выбору инновационной стратегии предприятия.

Практическая работа №10. Управление затратами на инновационную деятельность

Цель работы: продемонстрировать практические навыки решения задач планирования показателей затрат на освоение и производство инновационной продукции

Задание на самостоятельную работу

На предприятии предполагается реализация инновационного проекта, связанного с производством нового вида продукции. Проектом предусмотрены следующие параметры процесса освоения и выпуска новой продукции, рассчитанные на основе прогрессивных нормативов, производственного потенциала предприятия и конъюнктуры рынка (Приложение 5): проектный объем выпуска новой продукции - N_k штук, трудоемкость изготовления единицы новой продукции к концу освоения - t_k нормо-часов, число удвоений выпуска новых изделий в период освоения – A , себестоимость единицы новой продукции на начальном этапе процесса освоения – S_1 рублей, объем условно-постоянных затрат на начальном этапе процесса освоения - Z_{ps_1} рублей. Запланировано снижение условно-постоянных затрат к концу периода освоения на ΔZ_{ps} процентов. Известна трудоемкость изготовления аналогичной продукции после каждого двойного увеличения объема производства, коэффициенты преемственности (K_p) и новизны (K_n) (Приложение 5).

Определить:

- 1) трудоемкость единицы новой продукции на каждом этапе процесса освоения ($t_1 \dots t_{k-1}$);
- 2) объемы выпуска каждой партии новой продукции за весь период освоения ($N_1 \dots N_{k-1}$);

- 3) общую трудоемкость изготовления новой продукции, запланированной к выпуску в период освоения (T_{Σ});
- 4) объем повышенных затрат, показывающих влияние процесса освоения на трудоемкость выпуска (ΔT_{Σ});
- 5) проектную себестоимость единицы новой продукции (S_k).

Построить кривую освоения, отражающую зависимость трудоемкости изготовления новой продукции от объема выпуска.

Предложить перечень возможных причин (7 -10), обуславливающих наличие повышенных затрат в период освоения новой продукции, и соответствующие мероприятия, направленные на их ускоренное снижение.

Методические указания к решению данного расчетного задания представлены в рамках практического занятия №6.

Отчет по самостоятельной работе должен содержать:

1. Условие задачи с исходными данными согласно варианту, выданному преподавателем.
2. Расчет требуемых параметров процесса освоения с указанием соответствующей формулы расчета.
3. Рисунок кривой освоения по рассчитанным параметрам процесса освоения.
4. Таблицу, содержащую причины повышенных затрат и соответствующие мероприятия, направленные на их ликвидацию.

Практическая работа №11. Разработка и презентация комплекса маркетинга продуктовых инноваций

Цель занятия: приобретение практических навыков работы в команде и использования современных программных продуктов при разработке презентации комплекса маркетинга продуктовых инноваций

Порядок выполнения работы

1. Сформировать рабочие группы из 4-5 человек.
2. Изучить содержание задания.

3. Распределить функции между членами рабочей группы согласно поставленной задаче.
4. Разработать комплекс маркетинговых стратегий продуктовой инновации.
5. Оформить презентацию комплекса маркетинга с помощью современных прикладных программных продуктов и творческого подхода к представлению информации.
6. Продемонстрировать презентацию в аудитории.

Задание на самостоятельную работу

Провести обзор официальных веб-сайтов крупнейших предприятий-производителей отраслей машино-и приборостроения и высоких технологий, выбрать инновационный продукт, разработать комплекс стратегий маркетинга данного продукта (товарная, ценовая, сбытовая, рекламная стратегии), оформить презентацию комплекса маркетинга инновационного продукта с помощью Microsoft Office PowerPoint (визуальное и звуковое сопровождение).

Методические рекомендации

В рамках товарной стратегии рекомендуется представить: характеристику продукта с позиции назначения, основных параметров, функций и свойств, определяющих «инновационность»; графическое изображение продукта; инновационную траекторию развития данного вида продукции (историю возникновения, год выхода на рынок, основные характеристики инновационного вида продукции и его предшественников); целевые потребительские рынки (сегменты); перечень основных конкурентов; преимущества и недостатки по отношению к продукции конкурентов; прогноз спроса на продукт.

В рамках ценовой стратегии целесообразно продемонстрировать: цену продукта, стратегию ценообразования, фактическую и предлагаемую норму рентабельности.

В рамках сбытовой стратегии необходимо предложить каналы распределения продукции, описать характеристики сбытовой сети.

В рамках рекламной стратегии рекомендуется показать направления рекламной политики данного вида продукции и прогноз рекламного бюджета.

Контрольные вопросы:

1. Раскройте содержание системы ИМ предприятия.
2. Охарактеризуйте обеспечивающую подсистему ИМ.
3. Представьте современные особенности развития инновативных структур управления.
4. Определите формы организационных структур управления инновациями на предприятиях.
5. Раскройте функции структурных подразделений предприятия по реализации работ при создании инноваций.
6. Продемонстрируйте роль аутсорсинга в организации инновационной деятельности на предприятии.
7. Определите содержание этапов комплексной подготовки производства новой продукции.
8. Раскройте последовательность проведения поиска и отбор идей новых товаров (работ, услуг).
9. Дайте характеристику процессу освоения новой продукции.
10. Определите особенности конструкторских и рыночных испытаний новой продукции.
11. Опишите методы планирования и прогнозирования инновационной деятельности.
12. Раскройте содержание управления затратами на инновационную деятельность.
13. Определите особенности потребителей инновационной продукции.
14. Назовите основные составляющие комплекса маркетинга инновационной продукции и дайте их краткую характеристику.
15. Дайте представление об инновационных стратегиях предприятия.
16. Сформулируйте направления социально-психологической подготовки производства.
17. Определите направления формирования инновационной культуры предприятия.

Практическое занятие № 12. Оценка инновационных возможностей предприятия

Цель занятия: изучение методики балльной оценки инновационных возможностей предприятия и приобретение практических навыков использования данной методики на основе анализа конкретной ситуации

Общие положения²

Инновационные возможности предприятия исследуются по 10 факторам, каждый из которых оценивается по 10-балльной шкале. Факторы разбиты на группы, характеризующие возможности предприятия, ограниченные его ресурсами:

Анализ конкуренции, включающий оценку способности конкурентов реагировать на инновационную деятельность предприятия, эффективности патентной защиты изобретения и технологической активности в отрасли (возможности замены устаревшей продукции новой в короткий период времени).

Каждому из этих трех элементов придается значение от 1 до 3 баллов.

Возможность структурной перестройки отрасли на основе применения кардинального новшества. В случае больших возможностей данному фактору назначается 10 баллов.

Факторы, оценивающие политические, социальные, географические и другие последствия инновационной деятельности.

Назначается 5 баллов в случае негативных последствий и более 5 баллов при позитивном влиянии.

Внутренние маркетинговые возможности (способность собственных подразделений продвигать на рынок новую продукцию).

Назначается 10 баллов при использовании только собственной сбытовой сети.

Внутренние производственные возможности (подразумевают наличие на предприятии производственных мощностей, необходимых для освоения новой продукции, что ведет к сокращению времени ее коммерциализации и снижению

² Интерпретированы материалы, разработанные в учеб. пос. Управление инновациями: В 3 кн. Кн.1. Основы организации инновационных процессов: Учеб. Пос. / А.А. Харин, И.Л. Коленский; Под ред. Ю.В. Шленова. – М.: Высш.шк., 2003.

капитальных затрат и соответственно повышает вероятность коммерческого успеха и снижает риск).

Назначается 10 баллов, если предприятие располагает необходимыми для реализации программы производственными мощностями, требующими небольшой модификации.

Эффективность научно-технической базы, объединяющей 5 функций:

- научную поддержку прикладных исследований и инженерных разработок;
- новые компоненты развития, усиливающие преимущества предприятия, в частности, фундаментальные исследования;
- улучшение производимого продукта, поддержание его жизненного цикла, развитие производительных сил, поддерживающих производство;
- контроль качества;
- поддержку сбыта или услуги клиентам.

Каждой функции назначается по 2 балла, если содержащиеся в ней усилия соответствуют необходимым.

Наличие сырьевой базы (использование отходов, контракты с несколькими поставщиками, работа по долгосрочным контактам и т.д.).

Назначается 10 баллов, если обеспеченность сырьем застрахована от неожиданностей.

Наличие в корпорации творчески мыслящих управляющих, специалистов в области финансов, права, а также инициативных, творческих менеджеров.

Назначается 10 баллов при наличии на предприятии специалистов высшего класса.

Наличие собственных средств для финансирования инновационной деятельности.

Назначается 10 баллов при наличии собственных средств. В противном случае анализируются возможности привлечения инвесторов со стороны, в том числе и со стороны государства, а также размеры вложений. В этом случае назначается не более 5 баллов.

Организационно-производственная структура предприятия.

Назначается 10 баллов, если структура гибкая, имеет инновационную направленность и адаптирована к различным воздействиям.

Названные факторы дают вместе максимально 100 баллов. Если результат исследования составил 65 и более баллов, можно констатировать, что инновационные возможности предприятия вполне удовлетворительные; если 55 и менее баллов — неудовлетворительные.

Таким же образом можно провести анализ уже подготовленных инновационных проектов с целью выбора наиболее оптимального. Наличие возможностей рассматривается здесь на соответствие конкретному проекту; добавляется еще два фактора:

потенциальная прибыль от продаж, оценивается в 10 баллов, если в течение 5 лет коммерческих операций программа генерирует 10% дополнительной суммы продаж для предприятия, а ее проектируемая норма прибыли до выплаты налога равняется 40%;

норма роста продаж, оценивается в 10 баллов, если темп ожидаемого роста не ниже 10% ежегодно.

Тогда факторы дают в сумме 120 баллов. Те проекты, которые набирают 80 и более баллов, - успешные, а проекты, набирающие 70 и менее баллов, успеха, скорее всего, иметь не будут.

Ситуация для анализа

ОАО «Красим вместе» — известная в России компания, более 100 лет работающая в сфере производства лакокрасочных покрытий.

«Красим вместе» производит 5 основных видов продукции: лаки, смолы, эмали и красители, пигменты и порошковые краски.

Компания поставяет продукцию в пять секторов рынка:

- автомобильные покрытия (автозаводы — конечные потребители);
- декоративные красители (конечные потребители — строительные компании);
- декоративные красители для рынка «сделай сам» (конечные потребители — индивидуальные клиенты);
- лаки и смолы в виде полуфабрикатов (конечные потребители — производители покрытий);

- красители и смолы специального назначения (конечные потребители — другие промышленные компании).

Положение «Красим вместе» на региональных рынках неодинаково: доля рынка варьируется от 1% до 17%.

В настоящий момент в России насчитывается около 80 компаний, выпускающих покрытия. Десять из них доминируют на более чем 45% рынка и выпускают примерно 60% продукции. Большинство заводов имеют одинаковый ассортимент продукции; иногда даже названия новых продуктов одинаковы. Конкуренция очень высока, потому что ни один из заводов не имеет каких-либо значительных конкурентных преимуществ, как, например, качество, упаковка, реклама или ассортимент. Основным фактором конкурентоспособности — цена.

За последние несколько лет компаниям, которые производят покрытия в небольших объемах и с низкими затратами, удалось захватить значительную долю местных рынков. Качество их продукции колеблется от высокого до низкого, а иногда они приклеивают на свою продукцию этикетки известных компаний.

Существует довольно сильное конкурентное давление со стороны импорта со стран СНГ: Белоруссии и Украины, а также зарубежных производителей. Импортные покрытия характеризуются более высоким качеством, имеют лучшую презентацию. На российском рынке очень активно выступает компания Tikkurilla из Финляндии. Покрытия также импортируются из Турции, Германии, Голландии и Польши. Большинство крупных иностранных производителей открыли в России собственные заводы. Например, Tikkurilla имеет завод в Санкт-Петербурге, а Akzo Nobel — в Московской области. При этом цены на импортные покрытия выше, чем на отечественную продукцию, почти в пять раз.

В настоящее время компания «Красим вместе» ориентируется на автомобильные покрытия. Однако потенциал роста данного сегмента низкий.

Причин тому несколько:

- отставание технологии больше в секторе автомобильных покрытий, чем в секторе декоративных: покрытия на водной основе, эмали «металпик» и

акриловые являются главными примерами;

- в секторе автомобильных покрытий решающее значение имеет технология применения покрытий, используемая потребителем, а в «декоративном» секторе этого нет;
- российский сектор автомобильных покрытий может вскоре перейти в полное иностранное владение, что вызовет появление международных требований к качеству покрытий;
- имеются примеры международных фирм, которые таким путем добились огромного успеха (например, английская компания ICI Paints, ставшая ведущей на мировом рынке декоративных покрытий после того, как оставила бизнес автомобильных покрытий).

Рынок декоративных покрытий имеет значительный потенциал роста. В условиях активного строительства имеется значительная потребность в новых зданиях. Поэтому стратегической целью «Красим вместе» могут стать декоративные покрытия как основной бизнес. Сегодня на рынке декоративных покрытий есть много возможностей. Существует большая разница в цене между отечественными и импортными покрытиями. Имеется потенциал роста на базе внедрения новых технологий и повышения экологически чистых компонентов.

Оборудование на «Красим вместе» достаточно старое, лишь некоторые производственные линии были реконструированы в начале 90-х годов XX в., когда «Красим вместе» вышла на рынок автомобильных покрытий. В результате сегодняшние производственные мощности «Красим вместе» практически нельзя приспособить для выпуска современных автомобильных покрытий, даже по рецептам, которые можно получить по лицензии.

Отставание в технологии изготовления декоративных покрытий не столь значительно. Основная разница в производстве состоит в применяемых связующих веществах и добавках, а технология очень похожа. «Красим вместе» разрабатывает новые декоративные красители, основанные на современных связующих материалах (акрил, латекс), но не выпускает их в больших объемах, потому что предприятию приходится импортировать связующие материалы.

Качество российского сырья недостаточно хорошее для современных технологий производства покрытий. Поэтому «Красим вместе» приходится импортировать значительную долю сырья.

«Красим вместе» использует для финансовой отчетности российскую систему бухгалтерского учета (РСБУ) вместо международных стандартов (IAS), из-за чего отсутствует надежная система производственного учета: у «Красим вместе» высокие постоянные затраты, которые она должна снижать, однако без надежной системы учета это сложная задача.

У предприятия имеются трудности продаж из-за недостаточно совершенной системы распределения. «Красим вместе» начала проявлять высокую активность в продвижении своей продукции, построении дистрибьюторской сети, рекламной политики. Проводятся мероприятия по созданию сети представительств, которые будут заниматься распределением, что даст «Красим вместе» прямой доступ на рынок и его контроль.

У «Красим вместе» имеется сертификат ISO 9001. Вместе с тем технология производства на «Красим вместе» типична для российской лакокрасочной промышленности. По сравнению с зарубежными производителями технология «Красим вместе» устарела, но она лучше, чем в среднем по российским предприятиям этой отрасли.

У компании нет четкой политики в области ценообразования. Цены базируются на затратах (что ненадежно) плюс 20% прибыли. В какой-то мере учитываются цены конкурентов, но без реальной привязки к качеству или к ситуации на рынке.

«Красим вместе» в условиях острой конкуренции, недогрузки производственных мощностей и других внутренних проблем находится в более благоприятном состоянии, чем другие представители лакокрасочной промышленности. У «Красим вместе» есть внутренние возможности стать лидером в секторе декоративных покрытий. Новая современная продукция надежного и стабильного качества, хорошего внешнего вида, наряду с эффективной дистрибьюторской системой и рекламой, позволит развивать этот сектор рынка. Тем не менее, чтобы выйти на первое место в этом секторе,

«Красим вместе» нужны значительные инвестиции. Возможность их получить состоит в том, чтобы продать бизнес автомобильных покрытий, пока он еще рентабелен, и использовать полученные средства на то, чтобы приобрести производство декоративных покрытий у конкурентов, либо инвестировать эти деньги в переоборудование собственных производственных мощностей по декоративным покрытиям, разрабатывая новые виды продукции и совершенствуя их продвижение.

Сегодня «Красим вместе» имеет несколько формально объединенных видов деятельности, не обозначенных в виде юридического лица. Такая организационная структура неэффективна, поскольку невозможно одновременно успешно развивать все виды деятельности. Руководство эту проблему видит и намеревается разделить производственные подразделения на бизнес-единицы, более управляемые благодаря меньшему размеру и единому типу бизнеса. Это требует тщательной подготовки реструктуризации, сокращения затрат, их учет и управление финансовой деятельностью, а также реорганизацию маркетинга и сбыта. Такая работа уже ведется, и это является необходимым условием для последующего инновационного развития.

Генеральный директор пришел на предприятие сравнительно недавно, но имеет опыт работы в лакокрасочной промышленности и хорошее образование. Это позволило ему проанализировать проблемы, с которыми столкнулось предприятие, и вместе с менеджерами наметить шаги по обновлению продукции, реструктуризации, созданию дистрибьюторской сети и др.

Следует отметить, что на «Красим вместе» имеется не просто высококвалифицированный персонал, а персонал, заинтересованный в развитии своего предприятия. Поэтому руководство в стратегическом плане развития «Красим вместе» определяет как одну из важных задач сохранение и развитие персонала, его мотивацию, поощрение повышения образования.

Задание на практическое занятие:

Оценить инновационные возможности предприятия ОАО «Красим вместе» по шкале оценок. Уточнить характеристику каждого фактора на основе ситуации

для анализа. Результаты проведенного исследования инновационных возможностей ОАО «Красим вместе» представить в табл. 10.1.

Сделать выводы, демонстрирующие результаты оценки инновационных возможностей предприятия, область производства ОАО «Красим вместе», в которой наиболее приемлема разработка инновационных проектов, а также рекомендации повышения инновационных возможностей.

Таблица 10.1

Результаты обследования ОАО «Красим вместе»

ФАКТОРЫ	
1	Бальная оценка 2
Конкуренция	
Возможность структурной перестройки отрасли	
Последствия инновационной деятельности	
Внутренние маркетинговые возможности	
Внутренние производственные возможности	
Научно-техническая база	
Сырьевая база	
Персонал	
Наличие собственных средств	
Организационно-производственная структура	
Всего баллов	

Отчет по практическому занятию должен содержать:

- ✓ название и цель практического занятия;
- ✓ ход выполнения практического занятия и произведенные расчеты;
- ✓ формализацию полученных результатов расчетов и заключительный вывод об уровне инновационных возможностей;
- ✓ выводы и рекомендации по повышению уровня инновационных возможностей предприятия.

Практическое задание № 13. Оценка инновационной активности предприятия

Цель занятия: приобретение практических навыков оценки уровня инновационной активности промышленных предприятий

Задание на практическое занятие

Этап 1. Ознакомление с ситуацией для анализа, выбор исходных данных в соответствии с вариантом.

Этап 2. Расчет частных показателей, характеризующих уровень инновационной активности по отдельным видам инновационной деятельности.

Этап 3. Определение интегральных показателей, характеризующих состояние научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ, уровень технологической и организационно-управленческой подготовки.

Этап 4. Формализация полученных данных, подведение итогов и разработка рекомендаций.

Ситуация для анализа

В целях обеспечения конкурентных преимуществ и усиления позиции на рынке предприятие «Промприбор» планирует в предстоящем периоде освоить выпуск новой продукции «Змеевик для печей гидролиза». По данным маркетинговых исследований, проведенных работниками службы сбыта, в перспективе спрос на данную продукцию будет расти. Основными покупателями и заказчиками новой продукции выступают предприятия нефтехимической промышленности, а также деловые партнеры стран Ближнего Востока. В этой связи руководством предприятия было принято решение о проведении комплексной оценки системы подготовки производства к выпуску новой продукции и уровня инновационной активности предприятия. В дальнейшем полученные результаты будут положены в основу будущего бизнес-плана инвестиционного проекта «Производство змеевика для печей гидролиза».

Методические рекомендации

На *первом этапе* следует ознакомиться с ситуацией для анализа и выбрать исходные данные в соответствии с номером варианта. Информационной основой служат данные, представленные в Приложении 11.

На *втором этапе* проводится расчет частных оценочных показателей, характеризующих уровень инновационной активности по отдельным видам инновационной деятельности.

Состав показателей для проведения оценки инновационной активности представлен в табл.10.2.

Таблица 10.2

Показатель	Формула расчета	Пояснения
1	2	3
1. Удельный вес затрат на исследования и разработки в объеме затрат на инновационную деятельность	$q_1 = \frac{Z_{up}}{Z}$	Z_{up} - затраты на исследования и разработки; Z - затраты на технологические инновации.
2. Удельный вес текущих затрат на исследования и разработки в общем объеме затрат на исследования и разработки	$q_2 = \frac{Z_{up\text{тек}}}{Z_{up}}$	$Z_{up\text{тек}}$ - текущие затраты на исследования и разработки.
3. Удельный вес капитальных затрат на исследования и разработки в объеме затрат на исследования и разработки	$q_3 = \frac{Z_{up\text{кан}}}{Z_{up}}$	$Z_{up\text{кан}}$ - капитальные затраты на исследования и разработки.
4. Интенсивность проведения научно-исследовательской деятельности	$q_4 = \frac{Z_{up}}{Q_{un}}$	Z_{up} - затраты на исследования и разработки; Q_{un} - выручка от реализации инновационной продукции.
5. Уровень проведения научно-исследовательских работ ($J_{ни}$)	$J_{ни} = \sqrt[n]{\prod_1^i q_{ни}}$	$q_{ни}$ - частные показатели, характеризующие уровень научно-исследовательской деятельности; n – количество частных показателей.
6. Удельный вес затрат на технологическую деятельность в объеме затрат на производство инноваций	$q_1 = \frac{Z_m}{Z}$	Z_m - затраты на технологическую деятельность.

7. Удельный вес текущих затрат на технологическую деятельность в объеме затрат на технологическую деятельность	$q_2 = \frac{Z_{m\text{тек}}}{Z_m}$	$Z_{m\text{тек}}$ - текущие затраты на технологическую деятельность.
8. Удельный вес капитальных затрат на технологическую деятельность в объеме затрат на технологическую деятельность	$q_3 = \frac{Z_{m\text{кап}}}{Z_m}$	$Z_{m\text{кап}}$ - капитальные затраты на технологическую деятельность.
9. Интенсивность проведения технологической деятельности	$q_4 = \frac{Z_m}{Q_{un}}$	Z_m - затраты на технологическую деятельность; Q_{un} - выручка от реализации инновационной продукции.
10. Уровень технологической подготовки производства (J_m)	$J_m = \sqrt[n]{\prod_1^i q_m}$	q_m - частные показатели, характеризующие уровень технологической деятельности.
11. Удельный вес затрат на конструкторскую деятельность в объеме затрат на производство инноваций	$q_1 = \frac{Z_k}{Z}$	Z_k - затраты на конструкторскую деятельность.
12. Удельный вес текущих затрат на конструкторскую деятельность в объеме затрат на конструкторскую деятельность	$q_2 = \frac{Z_{k\text{тек}}}{Z_k}$	$Z_{k\text{тек}}$ - текущие затраты на конструкторскую деятельность.
13. Удельный вес капитальных затрат на конструкторскую деятельность в объеме затрат на конструкторскую деятельность	$q_3 = \frac{Z_{k\text{кап}}}{Z_k}$	$Z_{k\text{кап}}$ - капитальные затраты на конструкторскую деятельность.
14. Интенсивность проведения конструкторской деятельности	$q_4 = \frac{Z_k}{Q_{un}}$	Z_k - затраты на конструкторскую деятельность; Q_{un} - выручка от реализации инновационной

		продукции.
15. Уровень проектно-конструкторской подготовки производства ($J_{нк}$)	$J_{нк} = \sqrt[n]{\prod_1^i q_k}$	q_k - частные показатели, характеризующие уровень конструкторской деятельности.
16. Удельный вес затрат на организационно-управленческую деятельность в объеме затрат на инновационную деятельность	$q_1 = \frac{Z_{oy}}{Z}$	Z_{oy} - затраты на организационно-управленческую деятельность.
17. Удельный вес текущих затрат на организационно-управленческую деятельность в объеме затрат на организационно-управленческую деятельность	$q_2 = \frac{Z_{moy}}{Z_{oy}}$	Z_{moy} - текущие затраты на организационно-управленческую деятельность.
18. Удельный вес капитальных затрат на организационно-управленческую деятельность в объеме затрат на организационно-управленческую деятельность	$q_3 = \frac{Z_{oy\text{ кал}}}{Z_{oy}}$	$Z_{oy\text{ кал}}$ - капитальные затраты на организационно-управленческую деятельность.
19. Интенсивность проведения организационно-управленческой деятельности	$q_4 = \frac{Z_{oy}}{Q_{ин}}$	Z_{oy} - затраты на организационно-управленческую деятельность; $Q_{ин}$ - выручка от реализации инновационной продукции.
20. Уровень организационно-управленческой подготовки (J_{oy})	$J_{oy} = \sqrt[n]{\prod_1^i q_{oy}}$	q_m - частные показатели, характеризующие уровень организационно-управленческой деятельности.

На *третьем этапе* следует провести расчет интегральных показателей, характеризующих состояние научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ, уровень технологической и организационно-управленческой подготовки.

Для проведения расчетов следует воспользоваться формулой:

$$J_j = \sqrt[n]{\prod_1^i q_i}, \quad (10.1)$$

где J_j – интегральный показатель, характеризующий состояние научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ, уровень технологической или организационно-управленческой подготовки;

q_i – частные показатели, характеризующие уровень инновационной активности по отдельным видам инновационной деятельности;

n – количество частных показателей.

Четвертый этап состоит в формализации полученных результатов, подведении итогов и разработке рекомендаций.

Оценка инновационной активности может быть проведена с использованием функции желательности:

$$F = \frac{1}{e} \cdot \sqrt[x]{e}, \quad (10.2)$$

где e - основание натурального логарифма;

x - значение показателя, характеризующего отличия уровней активности основных направлений инновационной деятельности (значение показателя x изменяется в пределах от -2,5 до +5).

Функция F определена в интервале от нуля до единицы. Каждому фактическому значению функции придается конкретный экономический смысл, связанный с уровнем активности основных направлений инновационной деятельности исследуемого объекта. Значение функции, равное нулю соответствует отсутствию инновационной деятельности, а значение функции равное единице соответствует максимально возможному уровню инновационной активности.

Промежуточные значения функции представлены в табл. 10.3.

Таблица 10.3

Характеристика инновационной активности

Значения уровней	Характеристика инновационной активности
------------------	---

$0,8 \leq J \leq 1$	Абсолютный уровень
$0,63 \leq J < 0,8$	Максимальный уровень
$0,51 \leq J < 0,63$	Высокий уровень
$0,37 \leq J < 0,51$	Средний уровень
$0,2 \leq J < 0,37$	Низкий уровень
$0 \leq J < 0,2$	Очень низкий уровень

Отчет по практическому занятию должен содержать:

- ✓ название и цель практического занятия;
- ✓ ход выполнения практического занятия и произведенные расчеты;
- ✓ формализацию полученных результатов расчетов и заключительный вывод об уровне инновационной активности;
- ✓ выводы и рекомендации по повышению уровня инновационной активности предприятия.

Практическая работа №14. Оценка инновационной активности деятельности предприятия

Цель работы: приобретение практических навыков оценки уровня активности инновационной деятельности промышленных предприятий

Задание на самостоятельную работу

Предприятие планирует заключить крупный контракт на выпуск ракетных двигателей нового типа «РЖД 316», обладающих большей мощностью и компактностью, а также подписать договор на разработку технологии дифференцированной электрохимической обработки объектов. Для обоснования инвестиционных вложений и повышения инвестиционной привлекательности необходимо провести оценку инновационной активности предприятия, воспользовавшись исходными данными о деятельности анализируемого предприятия, представленными в Приложении 10.

Общие положения

Активность инновационной деятельности можно охарактеризовать как уровень использования инновационных возможностей для создания и реализации системы инноваций.

Уровень инновационной активности можно определить с использованием формулы:

$$Y_a = \frac{1}{a^2} \cdot \Phi \cdot \left(\frac{NCF_{in_d}}{I_{in_d}} \right)^2, \quad (10.3)$$

где a - коэффициент, учитывающий влияние воздействия факторов на инновационную деятельность;

Φ - фондовооруженность труда;

NCF_{in_d} - дисконтированный чистый денежный поток от инновационной деятельности;

I_{in_d} - дисконтированные инвестиционные вложения в инновационную деятельность.

Методические рекомендации

1. Дисконтированный чистый денежный поток от инновационной деятельности определяется следующим образом:

$$NCF_{in_d} = \sum_1^t \frac{(NCF_{in_t})}{(1+r)^t}, \quad (10.4)$$

где r - ставка дисконта;

t - период расчета.

NCF_{in_t} - чистый денежный поток от инновационной деятельности по годам расчетного периода.

$$NCF_{in_t} = ЧП_{in_t} + A, \quad (10.5)$$

где $ЧП_{in_t}$ - чистая прибыль от инновационной деятельности;

A - амортизационные отчисления.

Амортизация линейным способом рассчитывается по формуле:

$$A = \frac{\Phi_{нефа} \times H_a}{100\%}, \quad (10.6)$$

где $\Phi_{перв}$ - первоначальная стоимость оборудования, тыс.р.;

H_a - норма амортизационных отчислений.

2. Дисконтированные инвестиционные вложения в инновационную деятельность определяются формулой:

$$I_{ind} = \sum_1^t \frac{(I_{in_t})}{(1+r)^t}, \quad (10.7)$$

где I_{in} - инвестиции в инновационную деятельность по годам расчетного периода.

3. Результаты расчетов п.1-2 необходимо оформить в виде таблиц, представленных в Приложении 6.

4. Фондовооруженность труда, характеризующая величину основных и оборотных производственных фондов, приходящихся на одного работника, следует рассчитывать по формуле:

$$\Phi = \frac{\Phi_{онф} + \Phi_{об.сп.}}{Ч_{in}}, \quad (10.8)$$

где $\Phi_{онф}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

$\Phi_{об.сп.}$ - среднегодовая стоимость оборотных производственных фондов.

$Ч_{in}$ - численность персонала, занятого в инновационной сфере.

5. Порядок расчета коэффициента, учитывающего влияние воздействия факторов на инновационную деятельность, следующий:

5.1. Определяется перечень факторов, оказывающих воздействие на состояние инновационной деятельности (табл.10.4).

Таблица 10.4

Рекомендуемый перечень факторов

Наименование	Обозначение
1	2
1. Уровень применяемой техники и технологии	K_1
2. Уровень квалификации персонала	K_2
3. Качество проведения маркетинговых исследований	K_3
4. Степень изношенности оборудования	K_4

5. Ограниченность финансовых ресурсов	K_5
6. Низкий уровень государственной поддержки	K_6

5.2. Проводится оценка влияния каждого фактора, путем попарного сравнения факторов между собой и определения отношения между ними как «больше», «меньше» или «равно».

В роли экспертов могут выступать специалисты научно-исследовательских и конструкторских подразделений, работники финансовых служб в количестве не менее 5 человек.

Результаты экспертного опроса представлены в Приложении 7.

5.3. Проводится формализация полученных результатов сравнения с использованием следующей системы критериев оценки:

$$\text{при } K_i > K_j, C_{ij} = 1,5;$$

$$\text{при } K_i < K_j, C_{ij} = 0,5;$$

$$\text{при } K_i = K_j, C_{ij} = 1,0.$$

При этом C_{ij} – числовая мера, определяющая степень превосходства i -ого фактора над j -ым фактором. Конечным критерием сравнения является «принимаемая система сравнений», представленная в Приложении 7.

5.4. Производится расчет относительного веса факторов (Q_{i1}) по формулам:

$$Q_{i_1} = \frac{R_{i_1}}{R_i}, \quad (10.9)$$

$$R_{i_1} = \sum_1^n K_i, \quad (10.10)$$

$$R_i = \sum_1^n R_{i_1}, \quad (10.11)$$

где n - количество факторов.

Для последующих итераций расчеты производятся следующим образом:

$$R_{i_2} = R_{i_1}^2, \quad (10.12)$$

$$Q_{i_2} = \frac{R_{i_2}}{R_m}, \quad (10.13)$$

$$R_m = \sum_1^n R_{i_2}. \quad (10.14)$$

Расчет относительного веса значимости факторов, определяющих состояние инновационной деятельности, рекомендуется представить в виде таблицы (Приложение 7).

5.5. Результаты проведенных вычислений позволяют установить приоритетные группы факторов и определить значимость каждого фактора. По результатам проведенных вычислений с использованием данных Приложения 7 необходимо сформировать 3 приоритетных группы факторов. Убывание приоритетности групп факторов определяется снижением показателя значимости (ρ_2).

Значимость каждого фактора определяется в следующей последовательности действий:

а) определяется вес группы с наименьшим приоритетом:

$$W_k = \frac{2}{k \cdot (z+1)}, \quad (10.15)$$

где k - число факторов в приоритетной группе;

z - коэффициент, характеризующий во сколько раз первый приоритет весомее последнего.

В самостоятельной работе следует принять предположение о том, что первый приоритет в 4 раза весомее последнего ($z = 4$).

б) определяется вес оставшихся групп приоритетов по формуле:

$$W_j = W_k \cdot \frac{(k-j) \cdot z + j - 1}{k-1}, \quad (10.16)$$

в) определяются веса факторов, входящих в состав каждой приоритетной группы по формуле:

$$w_i = \frac{1}{n}, \quad (10.17)$$

где n - количество факторов, в каждой приоритетной группе.

Результаты определения приоритетных групп факторов и их характеристик следует отразить в табличной форме Приложения 8.

5.6. Для проведения оценки значимости влияния каждого фактора, определяющего состояние инновационной деятельности, используется следующая система критериев:

0-25 – фактор не оказывает никакого воздействия на состояние инновационной деятельности;

26-50 – фактор, оказывает слабое влияние на протекание инновационных процессов;

50 – влияние фактора, влечет за собой незначительные изменения;

51-75 – фактор, оказывает сильное воздействие на инновационный потенциал;

76-100 – максимальное влияние фактора на состояние инновационной деятельности.

Результирующая значимость каждого фактора (P) определяется как среднеарифметическая величина оценок экспертов:

$$P = \frac{\sum P_i}{n}, \quad (10.18)$$

где n - количество факторов, принимаемых в расчет.

Интегральный коэффициент значимости воздействия факторов на состояние инновационной деятельности рассчитывается по формуле:

$$a = \frac{\sum_{i=1}^n W_i \cdot P_i}{n}, \quad (10.19)$$

где n - количество факторов, принимаемых в расчет ($n=5$).

Расчеты результирующей значимости каждого фактора и интегрального коэффициента значимости воздействия факторов на состояние инновационной деятельности необходимо представить в табличной форме (Приложение 9).

6. Расчет уровня инновационной активности предприятия по формуле 10.3.

Формализация полученных результатов оценки уровня инновационной активности может быть проведена с использованием следующей шкалы оценки, представленной в табл.10.5

Таблица 10.5

Характеристика значений уровня инновационной активности

Значение	Характеристика
0	Отсутствие инновационной деятельности
$0 < Y < 0,23$	Минимально низкий уровень инновационной активности
$0,23 < Y < 0,48$	Низкий уровень инновационной активности
$0,48 < Y < 0,60$	Средний уровень инновационной активности

0,60<Y<0,88	Высокий уровень инновационной активности
0,88<Y<1	Максимально высокий уровень инновационной активности
1 и выше	Максимальный уровень инновационной активности

Отчет по самостоятельной работе должен содержать:

1. Название и ход выполнения работы.
2. Рассчитанные параметры оценки уровня инновационной активности, включая требуемые таблицы (Приложения 6,7,8,9).
3. Формализацию полученных результатов оценки инновационной активности инновационной деятельности.
4. Заключительные выводы и рекомендации по совершенствованию.

Контрольные вопросы

1. Раскройте содержание диагностики инновационной деятельности.
2. Перечислите методы диагностики инновационной деятельности.
4. Определите понятие «инновационный потенциал предприятия» и выделите основные аспекты его диагностики
5. Раскройте содержание понятия «инновационная активность» и определите методы ее оценки.
6. Дайте представление об оценке инновационных возможностей предприятия.

Практическое занятие №15. Методы оценки инновационных проектов

Цель занятия: изучить современные методы оценки инновационных проектов и приобрести практические навыки определения инвестиционной привлекательности инноваций

Расчетное задание

Предприятие рассматривает целесообразность внедрения новой технологической линии стоимостью 100 000 тыс. руб.; срок эксплуатации – 5 лет. Износ на оборудование начисляется методом прямолинейной амортизации (20 % годовых); ликвидационная стоимость оборудования будет достаточна для покрытия расходов, связанных с демонтажом линии. Выручка от реализации продукции прогнозируется по годам в следующих объемах (тыс. руб.): 78 000; 84 000; 89 000; 85 000; 69 000. Текущие расходы по годам составляют: в 1 год эксплуатации 4 000 тыс. руб. с последующим ежегодным ростом их на 3%. Сложившееся финансово-хозяйственное положения предприятия таково, что

коэффициент рентабельности авансированного капитала составлял 17%, а цена авансированного капитала – 15 %. Инвестиционная политика руководства сводится к принятию решения о привлекательности инновационных проектов со сроком окупаемости не менее 4 лет.

На основе разнообразных критериев оцените целесообразность и привлекательность внедрения новой технологической линии.

Методические рекомендации

Расчет исходных показателей по годам целесообразно свести в таблицу 11.1

Таблица 11.1

Расчет показателей

Показатель	Годы внедрения				
	1	2	3	4	5
Выручка от продаж					
Текущие расходы					
Износ					
Налогооблагаемая прибыль					
Налог на прибыль					
Чистая прибыль					
Чистые денежные поступления					

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте понятия «проект», «инновационный проект», «управление проектами».
2. Определите области принятия решений о целесообразности инновационных проектов.
3. Раскройте этапы инновационного проектирования и фазы инновационного проекта.
4. Опишите критерии и методы оценки инновационных проектов.
6. Охарактеризуйте показатели, применяемые для оценки привлекательности инвестиций в инновации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусматривается выделение в учебных планах ВУЗов времени,

отводимого на самостоятельную (внеаудиторную) работу студентов. Главное в её правильной организации – планирование, задаваемое тематическими планами и последовательностью изучения экономических дисциплин. Известно, что в процессе обучения в ВУЗе удельный вес самостоятельной работы достаточно велик. Поэтому для студента крайне важно овладеть её правильной методикой.

Краткие рекомендации по тем видам самостоятельной работы, которые могут быть использованы при изучении данного курса. К таким видам относятся:

⇒ работа над лекционным материалом;

⇒ работа над учебными пособиями, монографиями, научной периодикой;

⇒ изучение и конспектирование нормативного материала;

⇒ подготовка к семинарам;

⇒ написание рефератов;

⇒ подготовка к зачету или экзамену.

Рассмотрим некоторые из них подробнее. Самостоятельная работа начинается до прихода студента на лекцию. Целесообразно использование «системы опережающего чтения», т.е. предварительного прочитывания лекционного материала, содержащегося в учебниках и учебных пособиях, закладывающего базу для более глубокого восприятия лекции. Работа над лекционным материалом включает два основных этапа: конспектирование лекций и последующую работу над лекционным материалом. Под конспектированием подразумевают составление конспекта, т.е. краткого письменного изложения содержания чего-либо (устного выступления – речи, лекции, доклада и т.п. или письменного источника – документа, статьи, книги и т.п.).

Методика работы при конспектировании устных выступлений значительно отличается от методики работы при конспектировании письменных источников. Конспектируя письменные источники, студент имеет возможность неоднократно прочитать нужный отрывок текста, поразмыслить над ним, выделить основные мысли автора, кратко сформулировать их, а затем записать.

При необходимости он может отметить и свое отношение к этой точке зрения. Слушая же лекцию, студент большую часть комплекса указанных выше работ должен откладывать на другое время, стремясь использовать каждую минуту на запись лекции, а не на ее осмысление – для этого уже не остается времени. Поэтому при конспектировании лекции рекомендуется на каждой странице отделять поля для последующих записей в дополнение к конспекту.

Записав лекцию или составив ее конспект, не следует оставлять работу над лекционным материалом до начала подготовки к зачету. Нужно проделать как можно раньше ту работу, которая сопровождает конспектирование письменных источников и которую не удалось сделать во время записи лекции: прочесть свои записи, расшифровав отдельные сокращения, проанализировать текст, установить логические связи между его элементами, в ряде случаев показать их графически, выделить главные мысли, отметить вопросы, требующие дополнительной обработки, в частности, консультации преподавателя. При работе над текстом лекции студенту необходимо обратить особое внимание на проблемные вопросы, поставленные преподавателем при чтении лекции, а также на его задания и рекомендации. Работая над текстом лекции, необходимо иметь под рукой справочные издания: словарь-справочник, энциклопедический экономический словарь, в которых можно найти объяснение многим встречающимся в тексте терминам, содержание которых студент представляет себе весьма туманно, хотя они ему и знакомы.

Свою специфику имеет работа с учебными пособиями, монографиями, периодикой. Перечень вопросов, подлежащих изучению, приведен в учебно-методическом комплексе по данной дисциплине. Не все эти вопросы будут достаточно полно раскрыты на лекциях. Отдельные вопросы будут освещены недостаточно полно или вообще не будут затронуты. Поэтому, проработав лекцию по конспекту, необходимо сравнить перечень поднятых в ней вопросов с тем перечнем, который приведен в указанном источнике по данной теме, и изучить ряд вопросов по учебным пособиям, дополняя при этом конспект лекций. Как видно из примерного тематического плана курса, на сессии будут прочитаны лекции не по всем вопросам курса. Часть тем будет вынесена на

самостоятельное изучение студентами, прежде всего с помощью учебных пособий. Следует хорошо помнить, что работа с учебными пособиями не имеет ничего общего со сквозным пограничным чтением текста. Она должна быть направлена на поиски ответов на конкретно поставленные в программе вопросы или вопросы для подготовки к зачету. Работая с учебными пособиями, не следует забывать о справочных изданиях.

Все, сказанное выше, в равной степени относится и к работе в монографической литературе и научной периодикой. При работе над темами, которые вынесены на самостоятельное изучение, студент должен самостоятельно выделить наиболее важные, узловые проблемы, как это в других темах делалось преподавателем. Здесь не следует с целью экономии времени подходить к работе поверхностно, ибо в таком случае повышается опасность "утонуть" в обилии материала, упустить центральные проблемы. Результатом самостоятельной работы должно стать собственное самостоятельное представление студента об изученных вопросах.

Работа с периодикой и монографиями также не должна состоять из сквозного чтения или просмотра текста. Она должна включать вначале ознакомительное чтение, а затем поиск ответов на конкретные вопросы. Основная трудность для студентов заключается здесь в необходимости-усвоения, понимания и запоминания значительных объемов материала. Эту трудность, связанную, прежде всего, с дефицитом времени, можно преодолеть путем усвоения интегрального алгоритма чтения.

Подготовка к семинарскому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых нормативных и монографических работ, их реферирования, подготовки докладов и сообщений. Особенно это актуально при использовании новых форм обучения: семинаров-конференций, коллоквиумов, деловых игр и т.п. В последнее время все большее распространение получают просмотры видеокассет с записью лекций преподавателя, использование иной аудиовизуальной техники.

В процессе организации самостоятельной работы большое значение имеют консультации с преподавателем, в ходе которых можно решить многие

проблемы изучаемого курса, уяснить сложные вопросы. Беседа студента и преподавателя может дать многое - это простой прием получения знаний. Самостоятельная работа носит сугубо индивидуальный характер, однако вполне возможно и коллективное осмысление проблем науки.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА **(КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ)**

Материалы по выполнению домашних заданий (рефератов, расчетно-графических работ, курсовых работ и проектов): тематика домашних заданий, пример выполнения заданий, методические указания студентам по выполнению домашних заданий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

Реферат (от латинского "докладывать", "сообщать") представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Таким образом, реферат — это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата практикуется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Подготовка рефератов способствует формированию правовой культуры у будущего специалиста, закреплению у него юридических знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления современности, вести полемику.

Процесс написания реферата включает:

- ✓ выбор темы;
- ✓ подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их

изучение;

- ✓ составление плана;
- ✓ написание текста работы и ее оформление;
- ✓ устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции юридической практики, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке. Особенно внимательно необходимо следить за новой литературой по избранной проблематике, в том числе за журнальными статьями. В процессе изучения литературы рекомендуется делать выписки, постепенно группируя и накапливая теоретический и практический материал. План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы.

Реферат, как правило, состоит из *введения*, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, *основного материала*, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и *заключения*, где формируются выводы, оценки, предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, свойственные науке конституционного

права, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы.

Работа может быть представлена к защите в рукописном или печатном виде. Ее объем должен составлять 10-15 страниц Roman, размер 14, интервал 1,5, поля 2,5 см со всех сторон.

На титульном листе студент указывает название института, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, а в самом конце — дату написания работы и личную подпись.

Особое внимание следует уделить оформлению научно-справочного аппарата и прежде всего подстрочных сносок (внизу страницы, под чертой). Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия книги, места и года ее издания, страницы, с которой взята цитата или соответствующее положение. Для статей из журналов, сборников указывают фамилию и инициалы автора, название статьи, затем название журнала или сборника статей с указанием года издания и номера (или выпуска). При ссылке на газетную статью кроме названия и года издания указывают дату. Оформляя нормативные источники, необходимо указывать полное и точное название нормативного акта, дату его принятия и редакции, а также изменений и дополнений. При этом обязательными являются название, год, номер и статья официального издания, где был опубликован нормативный акт. Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и опiski как в тексте, так и в цитатах и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7—10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы.

После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

Также реферат является основным контрольным документом перед сдачей экзамена или зачета (является допуском к экзамену, зачету).

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа направлена на:

- углубление и закрепление знаний, полученных студентами на лекциях и в ходе самоподготовки;
- развитие у студентов способности к творческому, самостоятельному анализу учебной и специальной литературы;
- выработку умений по систематизации и обобщению усвоенного материала и критически оценивать его;
- формирование навыков практического применения своих знаний, аргументированного, логического и грамотного изложения своих мыслей;
- получение навыков исследовательской работы, а также комплексного системного подхода к изучению и применению специальных знаний.

Контрольные работы, в зависимости от специфики дисциплины могут быть:

- теоретического плана (последовательное изложение материала по избранной теме на основе изучения ряда литературных источников, проведенных исследований);
- смешанные (наряду с теоретическим используется материал производственной практики);
- практического плана.

Основные этапы выполнения контрольной работы:

1. Выбор темы.

1. Детальное изучение методики её написания посредством устных и

письменных консультаций с преподавателем и изучения методических разработок.

2. Отбор и изучение литературных источников, указанных в пособии.

3. Сбор фактического материала, его анализ и обобщение.

4. Составление плана изложения материала.

5. Написание чернового варианта работы.

6. Тщательная литературная обработка и окончательное оформление текста.

Предлагаемые студентам темы контрольных работ сформулированы таким образом, что раскрытие каждой из них невозможно без знания всего объема вопросов, предусмотренных программой курса. Вопрос, являющийся темой контрольной работы, может быть изучен шире и обстоятельнее, нежели он освещается в учебниках и на занятиях с учетом собственного опыта, собственных наблюдений и исследований по проблеме.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных работ

Работа может быть представлена к защите в рукописном или печатном виде. Ее объем должен составлять 10-20 страниц, шрифт Times New Roman, размер 14, интервал 1,5, поля 2,5 см со всех сторон.

Контрольная работа должна иметь нумерацию страниц – внизу с правой стороны.

Основные вопросы, освещенные в работе, следует указать в плане работы (содержании) и выделить в тексте. При цитировании положений из литературы необходимо делать точные ссылки на источники. Кроме основных вопросов (2-3) план включает введение и заключение. Вступительная часть содержит краткую характеристику излагаемого вопроса, его актуальность, разработанность в литературе, цель и краткое описание структуры контрольной работы.

В заключении необходимо подвести итоги, сделать выводы и дать возможные рекомендации.

В конце контрольной работы необходимо привести список используемой

литературы, в соответствии с использованными ссылками и оформленный по правилам библиографического описания. Студент в праве привлекать любую литературу, помимо рекомендованной, в конце работы необходимо поставить дату и подпись.

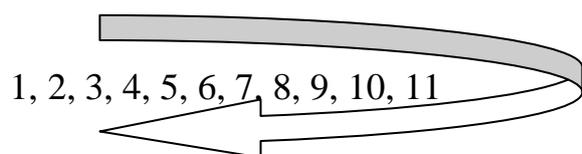
Контрольная работа не может быть засчитана при наличии хотя бы одного из ниже перечисленных недостатков:

- если полностью или в значительной части работа выполнена самостоятельно, т.е. путем механического переписывания учебников, специальной или другой литературы;
- если выявлены существенные ошибки, свидетельствующие о том, что содержание тем не раскрыто и основные вопросы курса не усвоены;
- если работа отличается узконаправленным замкнутым подходом к решаемым проблемам без применения комплексного анализа, позволяющего студенту проявить широкий объем знаний написана небрежно, неразборчиво, с несоблюдением правил оформления.

Контрольная работа представляется в установленные сроки. Если предоставленная работа не отвечает требованиям, она возвращается студенту. Преподаватель перечисляет недостатки и дает советы по их устранению.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫБОРУ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ, КОНТРОЛЬНЫХ И КУРСОВЫХ РАБОТ

Вариант реферата выбирается по первой букве фамилии студента (в случае, если тем рефератов будет меньше, чем номеров варианта, отсчет номера своей самостоятельной работы выбирается по круговой схеме):



А	1	Ж	8	О	15	Х	22	Я	29
Б	2	З	9	П	16	Ц	23		
В	3	И	10	Р	17	Ч	24		

Г	4	К	11	С	18	Ш	25
Д	5	Л	12	Т	19	Щ	26
Е	6	М	13	У	20	Э	27
Ё	7	Н	14	Ф	21	Ю	28

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЁТУ и ЭКЗАМЕНУ

Экзамен (зачёт) - важные этапы в учебном процессе, имеющие целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к экзамену, так и сам экзамен - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. Подготовка к экзаменам для студентов, особенно заочной формы обучения, всегда осложняется дефицитом времени.

Как подготовиться к экзамену

Возможно, в то время как Вы читаете этот раздел, Вы уже изучили значительную часть курса и получили оценки за КР, поэтому Вы уже имеете какое-то представление о Ваших способностях отвечать на вопросы, поставленные дисциплиной.

Для экзамена необходимо следующее: экзаменационные вопросы; материалы курса; ваши КР; ваши записи; ваш преподаватель; ваша учебная группа; учебные занятия.

Рекомендуем воспользоваться общими советами.

1. Используйте экзаменационные вопросы. Это даст Вам верное представление о том, что нужно ожидать на экзамене. Попрактикуйтесь в написании ответов на вопросы, стараясь уложиться в отведённое время, но при этом имейте под руками материалы курса, чтобы проверить Вашу память на относящиеся к делу идеи и концепции.

2. Используйте материалы курса. У Вас будут хорошие шансы сдать экзамен успешно, если Вы используете материалы курса в Ваших ответах на экзаменационные вопросы. Просмотрите все книги. Сделайте свежие записи. Выпишите некоторые ключевые слова, имена, методы и повесьте на видном

месте. Постарайтесь бегло просмотреть основные идеи курса, когда у Вас появится некоторое время для обдумывания. Найдите цели и выводы в каждом разделе - они обычно содержат основные результаты и составят основу для экзаменационных вопросов.

3. Прибегните к помощи Вашего преподавателя и других студентов Вашей группы.

4. Используйте лекции и учебные занятия для подготовки к экзамену.

Экзаменаторы хотят проверить, насколько хорошо Вы понимаете содержание курса и можете ли Вы применить его в соответствующей ситуации. Посмотрите на вопросы в экзаменационном листе. Какую часть курса они включают? Можете ли Вы очень кратко объяснить теорию или идею и применить их в вашем ответе на эти частные вопросы? Воспользуйтесь множеством ссылок на идеи курса. Это продемонстрирует, что Вы поняли и можете применять их. Если Вы сумеете придать значение всему перечисленному выше, то Вы должны сдать экзамен. Но, ради себя самого прочтите вопрос, убедитесь, что Вы понимаете, о чём Вас спрашивают, и затем подготовьте свой ответ.

Как сдавать экзамены (зачеты)

Всё, что говорилось о КР, полностью применимо и к экзаменам, хотя метод написания Ваших ответов на вопросы задания не может быть тем же самым, что и в условиях экзамена. На экзамене Вы будете находиться в более напряжённых условиях, так как Вы будете ограничены во времени. И, возможно, Вы будете ощущать некоторую обеспокоенность, так как у Вас не будет материалов курса, которые могли бы Вам помочь. Давайте сначала рассмотрим, как справиться с чувством беспокойства, хотя такие ощущения вполне нормальны для подобных ситуаций. Однако Вы можете обратить их себе на пользу. Повышенная выработка адреналина в действительности может помочь Вам в успешном выполнении, но Вы не должны позволять Вашему беспокойству слишком сильно овладевать Вами и вводить Вас в состояние паники. Ниже приведены некоторые приемы, которые могут помочь Вам справиться со стрессом:

⇒возьмите себя в руки, сделайте несколько глубоких вдохов, чтобы

восстановить дыхание;

⇒тщательно прочтите вопросы экзаменационного билета, так как, если Вы их неправильно поймёте, Вы можете потерять шанс на успешную сдачу экзамена;

⇒медленно прочтите содержание вопросов, прежде чем решить, что делать дальше;

⇒решите, как Вы распределите Ваше время;

⇒точно определите, что требуется для ответа на вопрос, потому что маловероятно, что в ответе потребуется написать всё, что Вы знаете об этой проблеме. Неправильный ответ на вопрос является наиболее частой причиной неудач на экзамене;

⇒положите в основу или "высветите" какие-либо ключевые слова из вопроса, которые будут действовать как указатели, для получения ответа, удовлетворяющего требованиям;

⇒спланируйте и представьте Ваши ответы в таком же строгом виде, как Вы это делали в ваших КР, но не забывайте, что в итоге это должны быть более короткие ответы;

⇒чтобы преодолеть свою нервозность и начать выполнение, Вы можете применить методы, которыми Вы пользовались при выполнении Ваших КР: припомните все идеи, начертите диаграммы или используйте любые из привычных Вам по выполнению КР способов. Сам факт перемещения ручки или карандаша по бумаге подвигнет Вас к действиям, обычно вслед за этим следует творческий процесс;

⇒по мере развития Вашего ответа обратитесь вновь к вопросу и Вашему плану и проверьте, не уклонились ли Вы от первоначального направления;

⇒держите рядом с собой часы, так как очень легко потратить чересчур много времени на более лёгкие вопросы, а Вы должны ответить на требуемое количество вопросов для успешной сдачи экзамена;

⇒пишите разборчиво;

⇒кратко объясняйте теорию/ концепцию, чтобы показать, что Вы понимаете их и можете применить их соответствующим образом к ситуации, описанной в

вопросе;

⇒и наконец, убедитесь, что Вы оставили достаточно времени на то, чтобы прочитать Ваш ответ и исправить любые очевидные ошибки прежде, чем кончится экзамен.

Хорошее планирование и разумный контроль ситуации обычно приводят к успеху на экзамене.

При неблагоприятном стечении обстоятельств, ведущем к провалу на экзамене, помните, что это ещё не конец света. Вы приобрели какую-то часть знаний, и это само по себе является удачей, так как Вы сможете применить их в Вашей работе в дальнейшем. И всегда имеется второй шанс попытаться сдать экзамен позже.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

Критерии оценки знаний при защите контрольной работы

Реферат (контрольная работа) считается допуском к сдаче зачета (экзамена). Во время защиты студент должен ответить на все вопросы и замечания руководителя, продемонстрировать знание изученного вопроса, свободное владение всеми источниками информации, использованными для ее написания, и своими знаниями подтвердить самостоятельность выполнения реферата (контрольной работы)

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если работа выполнена в соответствии с установленными требованиями и выполнены в целом все задания контрольной работы

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если работа выполнена не в соответствии с установленными требованиями и не выполнены в целом все задания контрольной работы

Критерии оценки знаний при сдаче экзамена

Экзамен по дисциплине сдается в виде письменных ответов по билетам дисциплины, с последующим устным ответом.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если все ответы на билет и на дополнительные вопросы студентом сданы без ошибок;

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если студент не отвечает на 1 вопрос из билета и на 1 дополнительный вопрос по билету;

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не отвечает на 2 вопроса из билет и на 2 дополнительных вопроса по билету;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не ответил ни на один вопрос из билета.

В билет входят 2 теоретических вопроса и 1 задача. Студент на экзамене вытаскивает билет, отвечает на экзаменационных листах (письменно) – 30 минут, затем отвечают преподавателю на билет и дополнительные вопросы.

Оценка за экзамен выставляется в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА НА ЭКЗАМЕНЕ ПРИ 100-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

Характеристика ответа	Оценка ECTS	Баллы в БРС	Оценка
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умениями выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	А	100-96	5 (5+)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении	В	95-91	5

понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.			
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.	С	90-86	4 4 (+)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные преподавателем.	С	85-81	4
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	D	80-76	4 4 (-)
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	Е	75-71	3 3 (+)
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи.	Е	70-66	3

Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.			
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	Е	65-61	3 3 (-)
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	F _x	60-41	2
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	F	40-0	2

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЗА СЕМЕСТР
(для всех дисциплин с нижеперечисленным контролем)**

Вид контроля	Оценка (в баллах)	
	максимум	минимум
Контрольная работа, реферат	20	10
Зачет, зачет с оценкой, экзамен	80	50
ИТОГО ЗА ДИСЦИПЛИНУ	100	60

Перевод среднего балла в 100-балльную систему

Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе	Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе	Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе
5.0	100	4.0	81-82	2,9	57-60
4.9	98-99	3.9	80	2,8	53-56
4.8	96-97	3.8	79	2,7	49-52
4.7	94-95	3.7	78	2,6	45-48
4.6	92-93	3.6	77	2,5	41-44
4.5	91	3.5	76	2,4	36-40
4.4	89-90	3.4	73-74-75	2,3	31-35
4.3	87-88	3.3	70-71-72	2,2	21-30
4.2	85-86	3.2	67-68-69	2,1	11-20
4.1	83-84	3.1	64-65-66	2,0	0-10
		3.0	61-62-63		

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

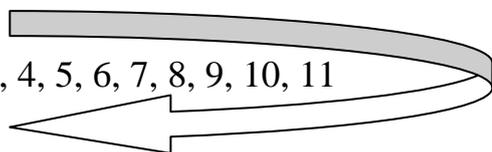
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

(Задание: выполнить реферат или контрольную работу по заданию преподавателя)

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Вариант реферата выбирается по первой букве фамилии студента (в случае, если тем рефератов будет меньше, чем номеров варианта, отсчет номера своей самостоятельной работы выбирается по круговой схеме):

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11



А	1	Ж	8	О	15	Х	22	Я	29
Б	2	З	9	П	16	Ц	23		
В	3	И	10	Р	17	Ч	24		
Г	4	К	11	С	18	Ш	25		
Д	5	Л	12	Т	19	Щ	26		
Е	6	М	13	У	20	Э	27		
Ё	7	Н	14	Ф	21	Ю	28		

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Взаимосвязь и взаимовлияние инновационного и стратегического менеджмента.

Содержание: понятие, предпосылки, преимущества и ограничения использования инновационного и стратегического менеджмента в хозяйственной деятельности организации, роль инноваций в стратегическом развитии организации, стратегическое планирование инновационной деятельности, особенности разработки и реализации инновационной стратегии организации.

2. Влияние внешней среды на характер инновационной деятельности современных организаций.

Содержание: понятие и сущность инновационной деятельности современной организации, основные элементы внешней среды инновационной организации, их характеристика и взаимосвязь, оценка влияния, способы достижения соответствия параметров внешней среды и инновационной деятельности организации.

3. Государственное регулирование инновационной сферы в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность государственного регулирования инновационной сферы, прямые и косвенные методы, органы государственного регулирования, особенности реализации государственной инновационной политики, параметры сравнения государственного регулирования инновационной сферы в России и за рубежом, их характеристика (сравнительный анализ представить в таблице).

4. Защита интеллектуальной собственности в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность интеллектуальной собственности, предпосылки, преимущества и проблемы защиты интеллектуальной собственности, особенности реализации авторского и патентного права, лицензионной торговли инновациями в России и за рубежом (сравнительный анализ представить в таблице).

5. Инновативность как фактор конкурентоспособности организации.

Содержание: понятие и сущность инновативности организации, основные факторы конкурентоспособности организации и их характеристика, предпосылки, преимущества и ограничения инновационной активности организации в конкурентной борьбе, направления повышения эффективности инновационной деятельности организации.

6. Использование инновационного менеджмента в антикризисном регулировании деятельности организации.

Содержание: понятие и сущность антикризисного регулирования деятельности организации, прямые и косвенные методы, макро и микроуровень, органы антикризисного регулирования, влияние инноваций на возникновение, развитие и выход из кризиса, эффективные технологии инновационного менеджмента, минимизирующие кризисные тенденции функционирования и развития организации.

7. Источники финансирования инновационной деятельности на макро и микроуровнях: сравнительный анализ.

Содержание: особенности финансирования инновационной деятельности на макро и микроуровнях, возможные проблемы и способы их решения, классификация и параметры сравнения источников финансирования, их характеристика (сравнительный анализ представить в таблице), перспективные источники финансирования инновационной деятельности организации, преимущества и риски их использования.

8. Новые управленческие технологии и особенности их использования в деятельности современных организаций.

Содержание: понятие и сущность управленческой технологии, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь, описание двух новых управленческих технологий, разработанных за последние 5 лет, возможные проблемы и преимущества их использования в деятельности современных организаций.

9. Особенности маркетинга инновационной продукции организации.

Содержание: понятие и сущность инновационной продукции, принципиальные отличия от традиционного для организации продукта, маркетинговые технологии и инструменты, применяемые для продвижения инновационного продукта, их характеристика, оценка эффективности маркетинга инновационной продукции.

10. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние теории инноватики.

Содержание: понятие и сущность теории инноватики, соотносительность с инновационным менеджментом, характеристика циклического развития экономики, его роль в возникновении теории инноватики, анализ современных направлений теории инноватики.

11. Проблемы и перспективы развития малого инновационного бизнеса в России.

Содержание: понятие и сущность малого инновационного бизнеса, преимущества и риски инновационной деятельности малых организаций, современное состояние и основные тенденции развития малого инновационного бизнеса в России, особенности государственной поддержки.

12. Проблемы и перспективы развития рынка инновационной продукции в России.

Содержание: понятие и сущность инновационной продукции, структура рынка инновационной продукции, основные участники, их характеристика и взаимосвязь, особенности трансфера (обмена) инновационной продукции и патентно-лицензионной торговли в России.

13. Современные методы генерирования новых идей: характеристика и особенности использования в деятельности организаций.

Содержание: понятие и сущность генерирования новой идеи, основные этапы данного процесса, их характеристика и взаимосвязь, классификация методов генерирования новых идей и их описание, преимущества и ограничения использования в деятельности современной организации.

14. Сопротивление инновациям и методы его нейтрализации в современных организациях.

Содержание: предпосылки, понятие и сущность сопротивления инновациям управленческого персонала и исполнителей, технология управления сопротивлением инновациям, классификация методов нейтрализации сопротивления инновациям, их характеристика и взаимосвязь, преимущества и ограничения использования в современных организациях.

15. Стимулирование инновационной активности и творчества персонала организации.

Содержание: понятие и сущность стимулирования инновационной активности управленческого персонала и исполнителей, классификация методов и инструментов стимулирования, их характеристика, преимущества и ограничения использования в современных организациях.

16. Технологии разработки и принятия управленческих решений в области инноваций.

Содержание: понятие и сущность управленческого решения, основные этапы разработки и принятия решений о новых технологиях, продуктах, их характеристика и взаимосвязь, сравнительный анализ с другими типами управленческих решений, возможные проблемы и перспективы реализации данных решений в современных организациях.

17. Технологии управления рисками в инновационной деятельности организации.

Содержание: предпосылки, понятие и сущность риска в инновационной деятельности, классификация инновационных рисков и их характеристика, особенности управления инновационными рисками в современной организации, возможные проблемы и перспективы их решения, методы и инструменты нейтрализации данных рисков, преимущества и ограничения их использования.

18. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности в России и за рубежом: сравнительный анализ.

Содержание: понятие и сущность технопарковой структуры, предпосылки возникновения и современный уровень развития технопарков, их классификация и характеристика, инкубатор бизнеса как ядро технопарка, описание параметров сравнения технопарковых структур организации инновационной деятельности в России и за рубежом (сравнительный анализ представить в таблице).

19. Управление бизнес-процессами и инновационная деятельность организации.

Содержание: понятие и сущность бизнес-процесса, описание инновационной деятельности через структуру бизнес-процесса, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь, возможные проблемы управления данным бизнес-процессом и перспективы их решения.

20. Управление трансфером технологий на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность трансфера (обмена) технологий, классификация видов трансфера и их характеристика, особенности международного, национального, межорганизационного и внутриорганизационного трансфера технологий, возможные проблемы управления трансфером технологий и перспективы их решения.

21. Управление ускорением инновационного процесса на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность инновационного процесса на макро и микроуровнях, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь, обоснование необходимости ускорения инновационного процесса в современных экономических условиях, методы и инструменты управления ускорением инновационного процесса по этапам и уровням реализации, возможные проблемы и перспективы их решения.

22. Управление эффективностью инновационной деятельности на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность, технология оценки эффективности инновационной деятельности на макро и микроуровнях, возможные виды эффекта и их характеристика, методы и инструменты управления эффективностью инновационной деятельности, перспективные направления ее повышения.

23. Формирование и реализация региональной инновационной политики (на примере того региона, где проживает студент).

Содержание: понятие и сущность региональной инновационной политики, взаимосвязь с государственной инновационной политикой, существующая законодательная база, организационный механизм реализации региональной инновационной политики, перспективные региональные инновационные проекты и программы, их характеристика.

24. Формирование инновационного климата в организации.

Содержание: понятие и сущность инновационного климата организации, взаимосвязь с организационной культурой, основные методы и инструменты формирования инновационного климата, их характеристика, преимущества и ограничения использования.

25. Формирование инновационного потенциала организации.

Содержание: понятие и сущность инновационного потенциала, основные элементы и их характеристика, взаимосвязь с организационным потенциалом, возможные проблемы формирования и перспективы их решения, направления повышения инновационного потенциала организации.

26. Формирование инновационной организационной культуры.

Содержание: понятие и сущность инновационной культуры, принципиальные отличия от других типов организационной культуры, основные методы и инструменты формирования инновационной культуры, их характеристика, преимущества и ограничения использования.

27. Формирование инфраструктуры инновационной деятельности на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность инфраструктуры инновационной деятельности на макро и микроуровнях, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь, механизм формирования данной инфраструктуры, возможные проблемы и перспективы их решения.

28. Формы и способы организации управления инновационной деятельностью на макро и микроуровнях.

Содержание: понятие и сущность управления инновационной деятельностью на макро и микроуровнях, классификация организационных форм и способов управления инновациями и их характеристика, условия, преимущества и ограничения применения.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Стратегия инновационного развития и экономическая безопасность России.
2. Цели и стратегии инновационной деятельности предприятия.
3. Особенности организационных форм инновационной деятельности.
4. Информационное обеспечение и статистика инноваций.
5. Правовое и нормативно-методическое обеспечение инновационной деятельности.
6. Показатели инновационной активности организации.
7. Патентно-лицензионная деятельность инновационного предприятия.
8. Реинжиниринг как инструмент повышения организационно-технологического уровня производства.
9. Человеческий фактор в инновационной стратегии фирмы.
10. Взаимодействие малого и крупного бизнеса в инновационной сфере.
11. Малый бизнес в инновационной системе РФ.
12. Риски в инновационной системе предприятия.
13. Венчурный бизнес в России и за рубежом.
14. Роль государственно-частного партнерства в становлении инновационной экономики.

15. Проблемы прогнозирования социальных и экологических последствий инноваций.
16. Научно-техническая база инновационного развития РФ.
17. Роль ФПГ в финансировании инноваций в отечественной экономике.
18. Государственные корпорации в экономике современной России.
19. Формы организации инновационной деятельности.
20. Формы финансирования инновационной деятельности.
21. Маркетинга инноваций.
22. Становление российского рынка информационных продуктов и услуг.
23. Человеческий капитал в глобальной экономике знаний.
24. Подготовка, отбор и оценка проектов НИОКР.
25. Международные технологические альянсы в условиях глобализации.
26. Создание и развитие национальных инновационных систем.
27. Государственное регулирование инновационных процессов в РФ.
28. Понятие интеллектуальной собственности, ее охрана и правовое регулирование.
29. Патентная защита прав участников процесса нововведений.
30. Лицензионная деятельность при коммерциализации нововведений.
31. Инновационный потенциал организации и его оценка.
32. Организационные инновации.
33. Технологические инновации.
34. Маркетинговые инновации.
35. Инновационные программы и проекты.
36. Финансирование инновационной деятельности и его источники.
37. Оценка экономической эффективности инноваций.
38. Управление рисками в системе инновационной деятельности.
39. Корпоративная культура инновационных организаций.
40. Бенчмаркинг и инжиниринг (реинжиниринг) в системе приемов, воздействующих на создание, коммерциализацию и диффузию инноваций.
41. Стратегии инновационных организаций.
42. Инновационные стратегии и источники финансирования некоммерческих

организаций.

43. Инновационная функция малого предпринимательства.
44. Методологические вопросы маркетинга инноваций.
45. Преимущества и недостатки различных организационных структур управления инновациями.
46. Характеристика основных форм инновационных предприятий.
47. Модели кластерной политики в инновационной экономике.
48. Методы инновационного менеджмента и их классификация.
49. Управление качеством в инновационном проекте.
50. Управление персоналом в инновационном проекте.
51. Особенности и принципы инновационных организаций.
52. Организация и порядок выполнения НИОКР.
53. Информационное обеспечение и статистика инноваций.
54. Современные тенденции и формы инновационного менеджмента.
55. Инновационное развитие как механизм модернизации экономики России.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Инновационный менеджмент – актуальная составляющая в системе современного управления.
2. Классификация и жизненный цикл инноваций.
3. Инновационный процесс: его стадии и факторы эффективности.
4. Субъекты и инфраструктура инновационной деятельности.
5. Государственное регулирование инновационной деятельности.
6. Структура и содержание системы инновационного менеджмента организации.
7. Подсистема научного обеспечения инновационного менеджмента.
8. Инновационный потенциал организации.
9. Организационная культура и ее элементы, влияющие на инновационное поведение.
10. Мотивирование персонала инновационной организации.

11. Роль лидера в системе менеджмента инновационной организации.
12. Организационные структуры инновационных организаций.
13. Роль сетевых структур в системе инновационного менеджмента.
14. Выбор инновационной стратегии поведения организации.
15. Классификация методов инновационного менеджмента.
16. Методические основы управления рисками в инновационной организации.
17. Организационные формы инновационных предприятий.
18. Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия.
19. Источники и формы финансирования инновационной деятельности.
20. Патентно-лицензионная деятельность при коммерциализации нововведений.
21. Особенности маркетинга инноваций.
22. Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ.
23. Развитие системы социального партнерства в условиях модернизации российской экономики.
24. Содержание и взаимосвязь основных понятий в области инновационного менеджмента.
25. Объект, предмет, цели, задачи и функции инновационного менеджмента.
26. Менеджеры в инновационной сфере: требования к профессиональной компетенции.
27. Необходимость использования инновационного менеджмента в практике управления.
28. Преимущества, проблемы и ограничения инновационного подхода к управлению.
29. Понятие и сущность новшества, нововведения, инновации, их взаимосвязь.
30. Классификация инноваций и их специфика.
31. Жизненный цикл новшества: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.
32. Жизненный цикл нововведения: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.

33. Инновационный процесс: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
34. Методы организации и способы ускорения инновационного процесса, их характеристика.
35. Понятие и сущность инновационного проекта. Классификация инновационных проектов и их специфика.
36. Экспертиза инновационных проектов: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
37. Процесс разработки концепции инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
38. Методы поиска инновационных идей и их характеристика.
39. Процесс реализации инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
40. Понятие и сущность риска в инновационной деятельности. Классификация инновационных рисков и их специфика.
41. Методы и способы управления рисками в инновационной деятельности, их характеристика.
42. Финансирование инновационной деятельности: понятие, основные финансовые источники и их характеристика.
43. Понятие и сущность лизинга, его роль в перспективном финансировании инновационной деятельности.
44. Понятие и сущность венчурного (рискового) финансирования инновационной деятельности.
45. Понятие и сущность государственного регулирования инновационной сферы.
46. Понятие и сущность государственной инновационной политики, возможные стратегии и варианты реализации, их характеристика.
47. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной сферы.
48. Рынок инновационной продукции: понятие, субъекты, объекты, отличительные особенности.

49. Инновационные аспекты различных типов конкурентного поведения организации.
50. Понятие и сущность лицензирования в инновационной деятельности. Классификация лицензий и их специфика.
51. Проблемы и перспективы стратегического управления инновационной деятельностью.
52. Понятие и сущность инновационной стратегии организации.
53. Классификация инновационных стратегий и их специфика.
54. Процесс разработки инновационной стратегии организации: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
55. Организация инновационной деятельности: понятие, развитие и современное состояние.
56. Особенности организации инновационной деятельности в крупном и малом бизнесе.
57. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности: понятие, классификация, проблемы и перспективы развития.
58. Понятие и сущность инновационной активности персонала организации.
59. Понятие и сущность эффективности инновационной деятельности.
60. Технология оценки эффективности инновационной деятельности организации: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.

**ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ
ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
ОСНОВЫ ИННОВАТИКИ**

1. Результаты исследований каких ученых легли в основу современной теории инноватики?
 - а) К. Маркса;
 - б) Й. Шумпетера;
 - в) А. Смита;
 - г) Н.И. Бухарина;
 - д) Н.Д. Кондратьева;

е) А. Файоля;

ж) М. Джексона.

2. В чем состоит практическая значимость инноватики как области научного знания?

а) предвидение перспектив долгосрочного технико-экономического развития;

б) влияние на динамику производства в различных фазах деловых циклов;

в) содействие подъему деловой активности;

г) предвидение перспектив долгосрочного технико-экономического развития, влияние на динамику производства в различных фазах деловых циклов, содействие подъему деловой активности;

д) предвидение перспектив долгосрочного технико-экономического развития и содействие подъему деловой активности;

е) предвидение перспектив долгосрочного технико-экономического развития и влияние на динамику производства в различных фазах деловых циклов.

3. Какое из определений наиболее точно выражает сущность понятия «технологический уклад» в экономике?

а) преобладающий технический уровень производства, средняя степень переработки и использования ресурсов, средний уровень квалификации рабочей силы и научно-технического потенциала;

б) наиболее высокий технический уровень производства, максимальный уровень переработки и использования ресурсов, наиболее высокий уровень квалификации рабочей силы и научно-технического потенциала;

в) единый технический уровень производств, связанных вертикальными и горизонтальными потоками однородных ресурсов, базирующихся на общих ресурсах рабочей силы и общем научно-техническом потенциале.

4. Что относится к альтернативным направлениям инновационной деятельности, осуществляемым в целостной системе управления инновациями?

а) реинжиниринг;

б) диффузия инноваций;

в) нововведения-продукты;

г) нововведения-процессы;

- д) поисковые НИОКР;
- е) фундаментальные исследования;
- ж) модификация продуктов (включая сферу услуг).

5. Что является объектами исследования в инноватике?

- а) инновационный менеджмент;
- б) технологические уклады;
- в) деловые циклы;
- г) инновационные стратегии;
- д) жизненные циклы продукции, технологий, товаров;
- е) новации, инновации, нововведения;
- ж) инновационные процессы.

6. Какая из научных теорий, разработанных Н.Д. Кондратьевым, нашла свое непосредственное применение в инноватике?

- а) теория длинных волн, или больших циклов конъюнктуры;
- б) теория длинных, средних и коротких циклов деловой активности;
- в) теория циклов экономического роста;
- г) теория циклов общественного развития.

7. Какая из научных теорий, разработанных Й. Шумпетером, нашла свое непосредственное применение в инноватике?

- а) теория длинных волн, или больших циклов конъюнктуры;
- б) теория длинных, средних и коротких циклов деловой активности;
- в) теория циклов экономического роста;
- г) теория циклов общественного развития.

8. Что понимал Й. Шумпетер под нововведениями?

- а) новые комбинации факторов производства;
- б) изобретения;
- в) новые технологии;
- г) новую технику;
- д) новые материалы;
- е) новые рынки сбыта;
- ж) новый спрос.

9. Сколько технологических укладов выделяет экономист С.Ю. Глазьев?

- а) один;
- б) три;
- в) пять;
- г) семь.

10. Сколько технологических укладов, согласно исследованиям С.Ю. Глазьева, сохраняются в современном российском производстве?

- а) один;
- б) три;
- в) пять;
- г) семь.

11. Что лежит в основе средних промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

- а) смена активной части капитала (станочное оборудование, транспортные средства и др.);
- б) смена пассивной части капитала (здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и др.);
- в) рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции.

12. Что лежит в основе длинных промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

- а) смена активной части капитала (станочное оборудование, транспортные средства и др.);
- б) смена пассивной части капитала (здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и др.);
- в) рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции.

13. Что лежит в основе коротких промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

- а) смена активной части капитала (станочное оборудование, транспортные средства и др.);

б) смена пассивной части капитала (здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и др.);

в) рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции.

14. Какова продолжительность коротких промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

а) 1 - 1,5 года;

б) 3 - 3,5 года;

в) 5 - 7 лет;

г) 7-10 лет.

15. Какова продолжительность длинных промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

а) 20-40 лет;

б) 40-60 лет;

в) 60-80 лет;

г) около 100 лет.

16. Какова продолжительность средних промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

а) 5 - 7 лет;

б) 7-10 лет;

в) 12- 15 лет;

г) 15-20 лет.

17. Ядром какого технологического уклада стало развитие железнодорожного транспорта?

а) первого;

б) второго;

в) третьего;

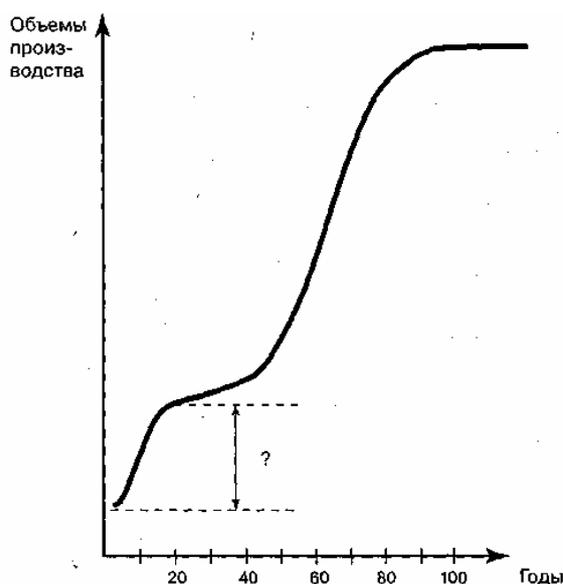
г) четвертого;

д) пятого.

18. В каком из представленных ниже вариантов перечислены в правильном порядке явления, характерные для больших циклов конъюнктуры?

- а) депрессия сельского хозяйства > крупные потрясения в жизни общества > глубокие изменения в технике и технологии производства;
- б) депрессия сельского хозяйства > глубокие изменения в технике и технологии производства > крупные потрясения в жизни общества;
- в) крупные потрясения в жизни общества > депрессия сельского хозяйства > глубокие изменения в технике и технологии производства;
- г) крупные потрясения в жизни общества > глубокие изменения в технике и технологии производства > депрессия сельского хозяйства;
- д) глубокие изменения в технике и технологии производства > депрессия сельского хозяйства > крупные потрясения в жизни общества;
- е) глубокие изменения в технике и технологии производства > крупные потрясения в жизни общества > депрессия сельского хозяйства.

19. Укажите название фазы развития технологического уклада на кривой его жизненного цикла.



- а) зарождение;
- б) монополия;
- в) доминирование;
- г) угасание.

20. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?

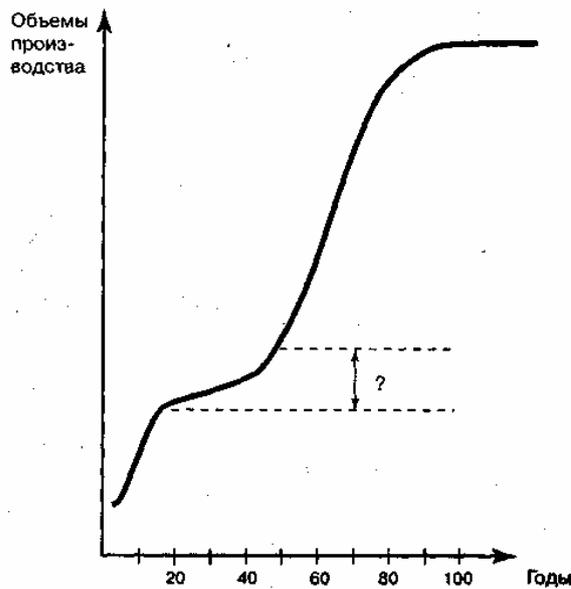
- а) снижение объемов производства и продаж;

- б) технологическое освоение выпуска новой продукции;
- в) стабилизация объемов производства промышленной продукции;
- г) исследования и разработки по созданию новой продукции.

21. Что первично - новация или инновация?

- а) новация;
- б) инновация.

22. Укажите название фазы развития технологического уклада на кривой его жизненного цикла.



- а) зарождение;
- б) монополия;
- в) доминирование;
- г) угасание.

23. В какой последовательности должны быть вставлены ключевые слова из списка в приведенное ниже определение простой лицензии?

При простой лицензии [...] реализация произведенной лицензиатом продукции на определенной территории, [...] продажа лицензии третьим лицам, при этом лицензиару [...] осуществлять ее вторичную продажу:

- а) ...разрешается... запрещается... ограничивается...;
- б) ...разрешается... ограничивается... запрещается...;
- в) запрещается... разрешается... ограничивается...;
- г) запрещается... ограничивается... разрешается...;

д) ограничивается... запрещается... разрешается...;

е) ограничивается... разрешается... запрещается...

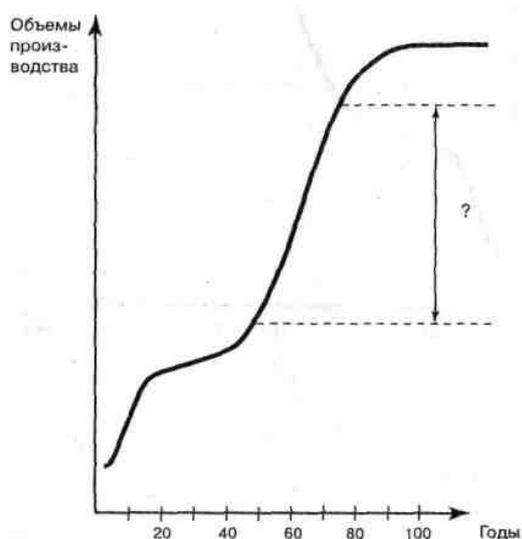
24. Какой из нижеперечисленных факторов в наибольшей степени обуславливает медленное развитие нового технологического уклада на определенном отрезке времени после его зарождения?

а) достаточно длительный период освоения новых производственных мощностей и сырьевых ресурсов;

б) монопольное положение компаний, которые первыми применили нововведения-продукты;

в) особенности психологии людей, выражающиеся в нежелании менять ставшие традиционными привычки, устои и т.д.

25. Укажите название фазы развития технологического уклада на кривой его жизненного цикла.



б) монополия;

в) доминирование;

г) угасание.

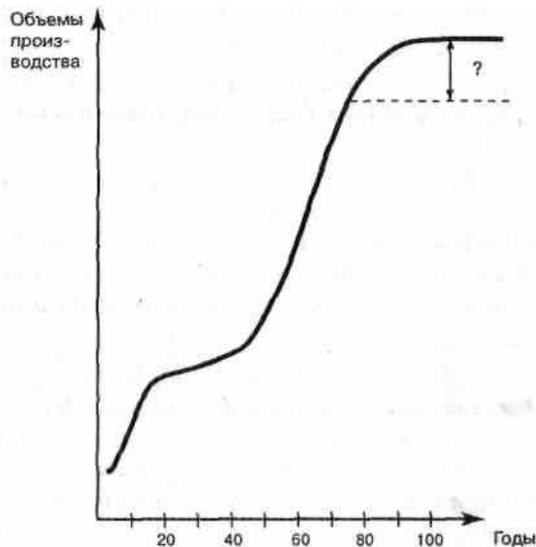
26. Какая из перечисленных ниже лицензий применяется крайне редко?

а) простая;

б) исключительная;

в) полная.

27. Укажите название фазы развития технологического уклада на кривой его жизненного цикла.



- а) зарождение;
- б) монополия;
- в) доминирование;
- г) угасание.

28. В каком из предложенных ниже вариантов стадии проведения поисковых НИР перечислены в правильном порядке?

- а) 1. Выдвижение и обоснование идеи о новом методе удовлетворения общественных потребностей.
- 2. Экспериментальная проверка нового метода.
- 3. Исследование научного задела знаний ФТИ.
- 4. Обоснование нового метода.
- б) 1. Обоснование нового метода.
- 2. Экспериментальная проверка нового метода.
- 3. Выдвижение и обоснование идеи о новом методе удовлетворения общественных потребностей.
- 4. Исследование научного задела знаний ФТИ.
- в) 1. Исследование научного задела знаний ФТИ.
- 2. Выдвижение и обоснование идеи о новом методе удовлетворения общественных потребностей.
- 3. Обоснование нового метода.
- 4. Экспериментальная проверка нового метода.

- г) 1. Исследование научного задела знаний ФТИ.
2. Обоснование нового метода.
3. Выдвижение и обоснование идеи о новом методе удовлетворения общественных потребностей.
4. Экспериментальная проверка нового метода.
29. На каком из этапов жизненного цикла инновации появляется большинство изобретений?
- а) прикладные НИР;
б) ТЗ на ОКР;
в) фундаментальные НИР;
г) эскизно-техническое проектирование на стадии ОКР;
д) разработка рабочей конструкторской документации на новые образцы;
е) изготовление и испытания опытного образца.
30. В каком из представленных ниже вариантов основные стадии жизненного цикла технологии перечислены в правильном порядке?
- а) 1. Освоение нововведений-процессов на объекте.
2. Зарождение нововведений-процессов в недрах предыдущего технологического уклада.
3. Распространение и тиражирование новой технологии производства с многократным повторением на других объектах.
4. Рутинизация нововведений-процессов в стабильных, постоянно функционирующих элементах объектов.
- б) 1. Зарождение нововведений-процессов в недрах предыдущего технологического уклада.
2. Освоение нововведений-процессов на объекте.
3. Распространение и тиражирование новой технологии производства с многократным повторением на других объектах.
4. Рутинизация нововведений-процессов в стабильных, постоянно функционирующих элементах объектов.
- в) 1. Распространение и тиражирование новой технологии производства с многократным повторением на других объектах.

2. Освоение нововведений-процессов на объекте.
 3. Рутинизация нововведений-процессов в стабильных, постоянно функционирующих элементах объектов.
 4. Зарождение нововведений-процессов в недрах предыдущего технологического уклада.
- г) 1. Зарождение нововведений-процессов в недрах предыдущего технологического уклада.
2. Распространение и тиражирование новой технологии производства с многократным повторением на других объектах.
 3. Освоение нововведений-процессов на объекте.
 4. Рутинизация нововведений-процессов в стабильных, постоянно функционирующих элементах объектов.
31. Что является основным показателем, свидетельствующим о наступлении первой фазы жизненного цикла товара?
- а) окончание исследований и разработок по созданию нововведения-продукта;
 - б) завершение испытаний опытного образца;
 - в) заполнение товаром свободной рыночной ниши;
 - г) стабилизация объемов производимой продукции;
 - д) технологическое освоение масштабного производства новой продукции.
32. Каким стадиям ОКР сопутствуют наибольшие материальные затраты?
- а) эскизно-техническое проектирование;
 - б) разработка аванпроекта по результатам прикладной НИР;
 - в) корректировка технической документации до и во время освоения производства новой продукции;
 - г) разработка рабочей конструкторской документации на опытные образцы, их изготовление и испытания.
33. Какие участки на схеме жизненного цикла инновации характеризуют те этапы, на которых инвестиции носят рискованный характер?
- а) 5; б) 6; в) 7; г) 8; д) 9; е) 10.

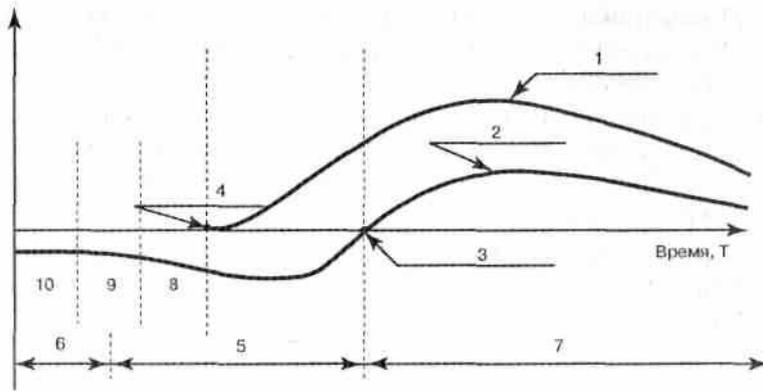


Рис. 1.1. Схема жизненного цикла инновации

34. Какая из кривых на схеме жизненного цикла инновации (см. рис. 1.1.) характеризует динамику прибыли?

а) 1;

б) 2.

35. Какая из кривых на схеме жизненного цикла инновации (см. рис. 1.1.) характеризует динамику диффузии инновации?

а) 1;

б) 2.

36. Какая точка на схеме жизненного цикла инновации (см. рис. 1.1.) характеризует момент начала возврата инвестиций?

а) 3;

б) 4.

37. Какой этап инновационного процесса характеризуют следующие результаты: «Определение количественных характеристик новых методов посредством разработки ТЗ и ТП на ОКР, технических инноваций»?

а) этап I (поисковые НИР);

б) этап 2 (прикладные НИР);

в) этап 3 (ОКР);

г) этап 4 (освоение производства новой продукции и коммерциализация инновации).

38. Какой этап инновационного процесса среди перечисленных в вопросе 37 характеризуют следующие результаты: «Создание опытных образцов новой

продукции, корректировка и передача отработанной технической документации»?

39. Какой этап инновационного процесса среди перечисленных в вопросе 37 характеризуют следующие результаты: «Выдвижение, обоснование и экспериментальная проверка идей о новых методах удовлетворения общественных потребностей»?

40. Какой этап инновационного процесса среди перечисленных в вопросе 37 характеризуют следующие результаты: «Полная окупаемость инвестиций в процессе реализации (коммерциализации) выпускаемой продукции, получение дохода»?

41. Каково оптимальное число вариантов конкурсного выполнения НИОКР?

- а) Два;
- б) Три;
- в) Четыре;
- г) Пять.

42. Какие базовые признаки, по Вашему мнению, не могут характеризовать сферу разработки и распространения нововведений?

- а) финансовая сфера разработки и распространения нововведения;
- б) отраслевая сфера разработки и распространения нововведения;
- в) государственная сфера разработки и распространения нововведения;
- г) промышленная сфера разработки и распространения нововведения;
- д) научно-педагогическая сфера разработки и распространения нововведения;
- е) правовая сфера разработки и распространения нововведения;
- ж) регионально-республиканская сфера разработки и распространения нововведения.

43. Каковы характеристики простого продукта?

- а) короткий технологический цикл обработки;
- б) однородный состав;
- в) создается в добывающей промышленности, сельском хозяйстве, текстильном производстве;
- г) производится без применения специального технологического оборудования.

44. В доиндустриальный период развития общества богатство и процветание страны определяли:

- а) объем золотого запаса;
- б) численность армии;
- в) площадь обрабатываемых земель;
- г) объемы и качество простого продукта.

45. Каковы характеристики сложного продукта?

- а) многочисленные технологические переделы в процессе производства;
- б) применение высокопроизводительных и точных приборов и машин;
- в) сочетание использования сложных приборов и машин с трудом работников высокой квалификации;
- г) широкое функциональное назначение;
- д) сложная структура (многокомпонентность).

46. Является ли понятие «нововведение» синонимом английского слова *an innovation* (инновация)?

- а) да;
- б) нет.

47. Что понимается под новшеством (новацией) в инноватике?

- а) новый порядок;
- б) новый обычай;
- в) новый метод;
- г) изобретение;
- д) новое явление (открытие).

48. Что понимается под нововведением (инновацией) в инноватике?

- а) практическое использование новшества с момента технологического освоения производства и масштабного распространения в качестве новых продуктов и услуг;
- б) использование новшества в технологии производства продуктов и выполнения услуг;
- в) освоение производства и масштабное распространение новых продуктов и услуг.

49. Какие группы новшеств (по содержанию) принято выделять в инноватике?

- а) технические;
- б) технологические;
- в) экономические;
- г) управленческие;
- д) организационные;
- е) финансовые;
- ж) социальные.

50. Какие группы новшеств (по степени новизны) принято выделять в инноватике?

- а) абсолютная;
- б) относительная;
- в) условная;
- г) частная;
- д) частичная;
- е) преобладающая.

51. Какие группы новшеств (по вариантам организации) принято выделять в инноватике?

- а) внутрикорпоративные;
- б) программные;
- в) конкурсные.

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ

1. Какие специальные стратегии выделяются в инновационном менеджменте?

- а) продуктовые;
- б) функциональные;
- в) ресурсные;
- г) организационно-управленческие;
- д) технологические;
- е) информационные;
- ж) социальные.

2. Какие базовые стратегии выделяются в инновационном менеджменте?

- а) стратегии интенсивного развития;
- б) стратегии интеграционного развития;
- в) стратегии диверсификационного развития;
- г) стратегии сокращения;
- д) стратегии экстенсивного роста;
- е) стратегии слияний и поглощений;
- ж) стратегии сохранения рыночной позиции.

3. В чем отличие инновационной стратегии от других средств достижения целей организации (корпорации, фирмы)?

- а) отсутствие аналогов в отрасли;
- б) новизна в первую очередь для данной организации;
- в) неповторимость стратегических решений.

4. Что может рассматриваться в качестве инновационных стратегий?

- а) получение результатов инновационной деятельности организации в виде новых продуктов, технологий и услуг;
- б) применение новых методов в НИОКР, производстве, маркетинге и управлении;
- в) переход на новые организационные структуры;
- г) применение новых видов ресурсов и новых подходов к использованию традиционных ресурсов.

5. Какие крупные группы инновационных стратегий принято выделять относительно внутренней среды?

- а) продуктовые;
- б) организационно-управленческие;
- в) ресурсные;
- г) дивизиональные;
- д) функциональные;
- е) специальные.

6. Какие инновационные стратегии относятся к продуктовым?

- а) стратегии, направленные на создание и реализацию новых изделий, технологий и услуг;

- б) предпринимательские;
- в) бизнес-стратегии;
- г) портфельные;
- д) научно-технические;
- е) производственные;
- ж) маркетинговые;
- з) сервисные;
- и) финансовые;
- к) трудовые;
- л) информационные;
- м) материально-технические;
- н) технологии;
- о) структуры;
- п) методы.
- р) системы управления

7. Какие инновационные стратегии среди перечисленных в вопросе 6 относятся к функциональным?

8. Какие инновационные стратегии среди перечисленных в вопросе 6 относятся к ресурсным?

9. Какие инновационные стратегии среди перечисленных в вопросе 6 относятся к организационно-управленческим?

10. Как в теории и практике стратегического и проектного управления называют ряд универсальных стратегий, получивших широкую известность?

- а) базовые;
- б) основные;
- в) эталонные;
- г) фундаментальные;
- д) стратегии развития (роста);
- е) стратегии конкуренции.

11. Какие группы базовых стратегий развития, отражающих общепринятые направления развития конкурентных преимуществ фирмы, выделяются чаще

всего?

- а) стратегии интенсивного развития;
- б) стратегии интеграционного развития;
- в) стратегии диверсифицированного развития;
- г) стратегии сокращения;
- д) стратегии слияния и поглощения (интеграции);
- е) стратегии следования за лидером.

12. Как на практике используются базовые стратегии развития?

- а) в качестве эталонов для формирования собственных стратегий;
- б) как объект сравнения для оценки эффективности собственных стратегий;
- в) в качестве типовых каталогов при подборе альтернативных стратегий.

13. Роль каких факторов, обуславливающих сложные условия для проектного, фирменного и корпоративного управления, усиливается при формировании инновационных стратегий?

- а) повышение уровня неопределенности результатов;
- б) рост инвестиционных рисков проектов;
- в) снижение управляемости организации;
- г) возрастание потока изменений в организации;
- д) изменение служебных взаимодействий, деформация зон компетенции;
- е) усиление противоречий в руководстве организации.

14. Как реализуются стратегии интенсивного роста?

- а) организация интенсивно наращивает свой потенциал;
- б) организация постепенно наращивает свой потенциал путем лучшего использования своих внутренних сил и лучшего использования предоставляемых внешней средой возможностей;
- в) для достижения целей организация использует свои внутренние ресурсы и предоставляемые внешней средой возможности.

15. Какая из стратегий интенсивного роста содержит минимальную инновационную составляющую?

- а) стратегия, направленная на более глубокое проникновение на данный рынок с данным продуктом;

- б) стратегия, направленная на развитие рынка и заключающаяся в поиске нового рынка для данного продукта и закреплении на нем;
- в) стратегия, заключающаяся в развитии товара и состоящая в модернизации или создании нового товара для его реализации на данном рынке.

16. Какая из стратегий интенсивного роста содержит преимущественно маркетинговые инновации?

- а) стратегия, направленная на более глубокое проникновение на данный рынок с данным продуктом;
- б) стратегия, направленная на развитие рынка и заключающаяся в поиске нового рынка для данного продукта и закреплении на нем;
- в) стратегия, заключающаяся в развитии товара и состоящая в модернизации или создании нового товара для его реализации на данном рынке.

17. Какая из стратегий интенсивного роста содержит преимущественно продуктовые инновации?

- а) стратегия, направленная на более глубокое проникновение на данный рынок с данным продуктом;
- б) стратегия, направленная на развитие рынка и заключающаяся в поиске нового рынка для данного продукта и закреплении на нем;
- в) стратегия, заключающаяся в развитии товара и состоящая в модернизации или создании нового товара для его реализации на данном рынке.

18. Каким инструментом лучше всего описываются стратегии интенсивного роста?

- а) картой стратегических позиций фирмы;
- б) матрицей И. Ансоффа «новые/старые товары и технологии - новый/старый рынок»;
- в) матрицей SWOT-анализа;
- г) листом ключевых факторов успеха.

19. Какой из квадрантов матрицы И. Ансоффа описывается следующей характеристикой: «локальные инновации» (см. рис.)?

- а) 1; б) 2; в) 3; г) 4.

		Рынок	
		старый	новый
Товары и технологии	новые	1	2
	старые	4	3

Рис. 2.1. Матрица И. Ансоффа

20. Какой из квадрантов матрицы И. Ансоффа описывается следующей характеристикой: «инновационная маркетинговая стратегия» (см. рис. 2.1)?

а) 1; б) 2; в) 3; г) 4.

21. Какой из квадрантов матрицы И. Ансоффа описывается следующей характеристикой: «инновационная продуктовая и технологическая стратегия» (см. рис. 2.1)?

а) 1; б) 2; в) 3; г) 4.

22. Какой из квадрантов матрицы И. Ансоффа описывается следующей характеристикой: «конгломератные диверсифицированные стратегии, комплексный инновационный проект» (см. рис. 2.1)?

а) 1; б) 2; в) 3; г) 4.

23. О какой стратегии интеграционного роста идет речь: «стратегия интеграции с поставщиками и снабженческими структурами»?

а) вертикальная интеграция вниз;

б) вертикальная интеграция вверх;

в) горизонтальная интеграция.

24. О какой стратегии интеграционного роста среди перечисленных в вопросе 23 идет речь: «стратегия интеграции с отраслевыми разрабатывающими и производящими организациями»?

25. О какой стратегии интеграционного роста среди перечисленных в вопросе 23 идет речь: «стратегия интеграции с промышленными потребителями и сбытовыми структурами»?

26. Какие из стратегий интеграционного роста среди перечисленных в вопросе 23 связаны с организационными инновациями?

27. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента определяется следующим образом: «Взгляды высших менеджеров компании на то, какими видами деятельности организация собирается заниматься в

перспективе, каков долгосрочный курс, каковы перспективы фирмы в будущем»?

- а) миссия - предназначение;
- б) миссия - «Стратегическое видение»;
- в) миссия - «Бизнес-идея»;
- г) миссия - ориентация;
- д) миссия - политика.

28. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 27 определяется следующим образом: «Более конкретное определение области деятельности фирмы за счет уточнения потребностей покупателей, или что надо производить; определение сегмента рынка - группы покупателей, или для кого производятся товары; определение технологического (как?) и функционального (кто?) исполнения, то есть уточнение процесса удовлетворения потребности покупателя»?

29. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 27 определяется следующим образом: «Ограниченное, но конкретное понимание миссии, обозначающее вид ее деятельности (характер продукции и услуг), круг потребителей и клиентов, основное отличие от конкурентов, приносимую общественную пользу»?

30. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 27 определяется следующим образом: «концентрация самых основных (ключевых) целей развития фирмы, что дает уже более четкое представление о ее поведении в ближайший период и на перспективу»?

31. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 27 определяется следующим образом: «Изложение ценностей технического и эстетического, финансового и экономического, социального и организационно-управленческого характера, которых придерживается фирма, ее руководство и сотрудники!; выражается в виде декларации (кредо, философии, принципов, правил, девизов и т.п.) и доводится до всех причастных к делам фирмы организаций и людей»?

32. Выделите признаки в соответствующей очередности, характеризующие

миссию- предназначение:

- (1) Инновационная направленность фирмы;
- (2) Особенность фирмы, ее основное отличие от конкурентов;
- (3) Основной вид деятельности, основные продукты/услуги;
- (4) Определение технологического исполнения продукции фирмы;
- (5) Основные клиенты фирмы, потребители продукции/услуг;
- (6) Определение функционального исполнения продукции/услуг;
- (7) Деятельности фирмы, определяющая общественную полезность.

а) 1 - 2 - 5 - 7;

б) 3 - 5 - 2 - 6;

в) 7- 1 - 4-3.

33. Выделите признаки в соответствующей очередности, характеризующие миссию - «Стратегическое видение»:

- (1) Каков долгосрочный курс организации?
- (2) Кто будущие потребители и клиенты фирмы?
- (3) Какие технологии фирма будет использовать в будущем?
- (4) Какими видами деятельности организация собирается заниматься в перспективе?
- (5) Каковы перспективы фирмы в будущем?

а) 1 - 3 - 5;

б) 2 - 5 - 4;

в) 4 - 2 - 3;

г) 4 - 1 - 5.

34. Выделите признаки в соответствующей очередности, характеризующие миссию «Бизнес-идея»:

- (1) потребности потребителя и что надо производить;
- (2) основное направление мобилизации ресурсов;
- (3) формирование подразделений типа «Бизнес-центр» или «Центр прибыли»;
- (4) каково технологическое исполнение, то есть как удовлетворить потребности;
- (5) группы покупателей или для кого производить;

- (6) разработка бизнес-плана по основным проектам;
- (7) каково функциональное исполнение, то есть кто будет удовлетворять эти потребности.

а) 1 - 5 - 4 - 6;

б) 2 - 5 - 4 - 1;

в) 4 - 2 - 3 - 5;

г) 3 - 4 - 1 - 5.

35. Укажите, какие направления миссии-ориентации имеют инновационный характер?

(1) ориентация на полное удовлетворение потребностей своих сотрудников;

(2) ориентация на периодический выпуск новых моделей продукции;

(3) ориентация на приобретение и применение самой передовой технологии;

(4) ориентация на применение прогрессивных материалов;

(5) ориентация на сохранение экологии окружающей среды.

а) 1,2,4;

б) 2, 3, 4;

в) 1,2,3;

г) 3, 4, 5.

36. Какие из приведенных основных целей миссии-политики фирмы имеют инновационный аспект:

а) стать производителем алюминия с наименьшими издержками и превзойти показатель средней доходности акций промышленных предприятий *Standard and Poor (Alcan Aluminium)*;

б) предлагать наилучшие новые технологии для персональных компьютеров и передавать их как можно большему числу людей (*Apple Computer*);

в) стать предприятием средних размеров с низкими издержками и производить (добывать) на 125 000 унций золота в год больше, создавая золотой запас в 1 500 000 унций (*Atlas Corporation*);

г) обеспечить нашим акционерам сохранность их инвестиций и растущие доходы (*Exxon*);

д) удовлетворять наших клиентов, разрабатывая новые продукты, сокращая

время вывода новых моделей на рынок, улучшая производительность всех наших заводов и совершенствуя процессы производства (*Ford Motor Company*);
е) стать самой конкурентоспособной фирмой в мире, выйдя на первое или второе место в каждой из сфер нашей деятельности (*General Electric*).

37. Какие из приведенных основных целей миссии-политики компании *Nike* имеют несомненный инновационный аспект?

- а) утвердить и усилить позиции компании как производителя прогрессивных спортивных принадлежностей номер один, уделяя особое внимание видам спорта: бег, футбол, бейсбол;
- б) повышать прибыльность за счет управления запасами и улучшения качества продукции;
- в) интенсифицировать усилия компании по производству товаров для нужд женщин;
- г) двигаться в направлении расширения числа обслуживаемых международных рынков;
- д) занять прочные позиции на новых динамичных рынках: туристического инвентаря, велосипедов.

38. Что составляет основу «корпоративного брэнда»?

- а) патенты и лицензии фирмы;
- б) непубликуемые секреты производства ноу-хау;
- в) зарегистрированные или имеющие правовую основу товарные знаки;
- г) имидж фирмы, созданный средствами массовой информации.

39. Какие из приведенных инновационных стратегий выделял Й. Шумпетер?

- а) использование новой организации производства;
- б) создание новой организационной структуры;
- в) использование новой технологии производства;
- г) создание нового продукта;
- д) создание новых материалов;
- е) открытие новых рынков сбыта;
- ж) открытие новых источников сырья.

40. Какая из приведенных инновационных стратегий характерна для стадии

роста (G) (ЖЦТ)?

- а) технологическая инновация;
- б) продуктовая инновация.
- в) организационно-управленческая инновация;

41. Какая из приведенных инновационных стратегий характерна для стадии зрелости, или насыщения (M), жизненного цикла товара (ЖЦТ)?

- а) технологическая инновация;
- б) продуктовая инновация.
- в) организационно-управленческая инновация;

42. На графике жизненного цикла инновации укажите устойчивые состояния.

- а) A^1 - A ; б) A - B ; в) B - D ; г) D - E .

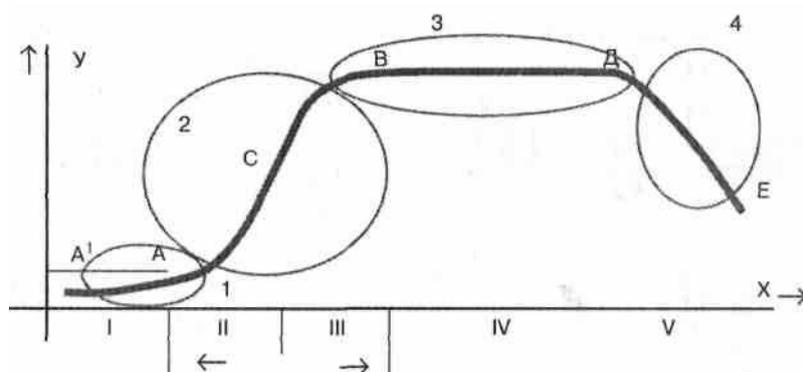


Рис. 2.1. График жизненного цикла товара (услуги)

43. На графике жизненного цикла инновации (рис. 2.1) укажите переход между устойчивыми состояниями.

- а) A^1 - A ; б) A - B ; в) B - D ; г) D - E .

44. На графике жизненного цикла инновации (рис. 2.1) укажите точку перегиба.

- а) A ; б) B ; в) C ; г) D ; д) E .

45. Какой из этапов, перечисленных ниже, характеризует участок 1, обозначенный на графике жизненного цикла инновации (рис. 2.1).

- а) эффективная монополия по Й. Шумпетеру;
- б) жесткая конкурентная борьба;
- в) олигополистическая конкуренция, борьба цен на основе снижения издержек;
- г) конкуренция угасает.

46. Какой из этапов, перечисленных в вопросе 45, характеризует участок 2,

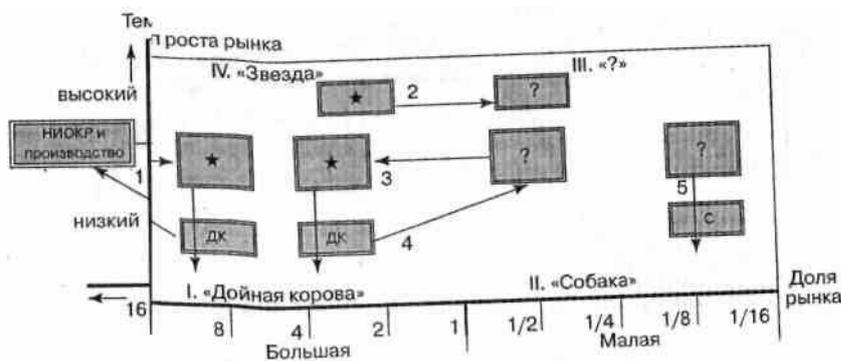
обозначенный на графике жизненного цикла инновации (рис. 2.1).

47. Какой из этапов, перечисленных в вопросе 45, характеризует участок 3, обозначенный на графике жизненного цикла инновации (рис 2.1).

48. Какой из этапов, перечисленных в вопросе 45, характеризует участок 4, обозначенный на графике жизненного цикла инновации (рис.2.1.)

49. Укажите на матрице БКГ инновационную траекторию «новатора» или «лидера».

- а) 1; б)2; в)3; г) 4; Д) 5.



50. Укажите на матрице БКГ (рис. 2.2.) инновационную траекторию «последователя».

- а) 1; б)2; в)3; г) 4; д) 5.

51. Наиболее успешное поведение фирмы, последствия которого отражаются на матрице БКГ в траектории...

- а) 1; б)2; в)3.



52. Наименее успешное поведение фирмы, последствия которого отражаются на матрице БКГ в траектории:

- а) 1; б)2; в) 3.

53. Какие из стратегий являются наиболее приемлемыми для ценообразования

на новые товары?

- а) стратегия низких цен, то есть стратегия «проникновения» на рынок;
- б) стратегия умеренной цены (себестоимость плюс рентабельность);
- в) стратегия высоких цен - стратегия «снятия сливок»;
- г) стратегия ценообразования на основе издержек.

54. Укажите условие, которое не соответствует применению стратегии «снятия сливок» при ценообразовании на новые товары.

- а) вероятно, жизненный цикл нового товара будет коротким или конкуренты смогут быстро повторить его, что затруднит возврат вложенных средств. Кроме того, спрос неэластичен для большой группы покупателей;
- б) товар является настолько новым, что покупатель не имеет базы сравнения, созревание рынка будет медленным, спрос неэластичен, и для фирмы представляется привлекательным использовать преимущество, установив высокую цену, которая затем приспособливается к ценам конкуренции;
- в) выпуск нового товара с высокой ценой позволит поделить рынок на сегменты с различной ценовой эластичностью. При начальной цене можно «снять сливки» с потребителей, наименее чувствительных к ценам. Последующие снижения цены позволят проникнуть в сегменты с большей эластичностью. Это соответствует временной дискриминации по ценам;
- г) фирма уверена в высоком качестве предлагаемого технологического оборудования и заложенных в нем высоких потребительских свойств. Она уверена, что приобретение нового товара резко увеличит конкурентные преимущества фирм-потребителей за счет сокращения издержек;
- д) спрос на новый товар с трудом поддается оценке, и рискован, но строить прогноз расширения рынка при снижении цены. Производственный процесс еще не отработан и есть опасность, что издержки превысят ожидаемый уровень;
- е) фирма не располагает необходимыми оборотными средствами для широкомасштабного запуска нового товара, а его продажа по высоким ценам

позволит их подучить.

55. Укажите одно из условий, которое не соответствует применению стратегии «проникновения» при ценообразовании на новые товары.

а) спрос очень эластичен по цене; привилегированных сегментов не существует, так что единственная разумная стратегия - адресоваться ко всему рынку с ценой, достаточно низкой, чтобы удовлетворить широкий круг покупателей;

б) товар надежен, хорошего качества, но дизайн рассчитан на рядового покупателя. Необходимо время, пока информация дойдет до широких слоев покупателей. Поэтому лучше выбрать стратегию низких цен;

в) имеется возможность добиться низких издержек на единицу продукции за счет больших объемов продаж в связи с экономией на масштабе или значительным эффектом опыта;

г) новому товару грозит острая конкуренция вскоре после выхода на рынок. В этом случае стратегия проникновения поможет создать барьеры входа на рынок;

д) сегмент дорогих товаров уже насыщен; тогда стратегия проникновения - единственная разумная политика развития рынка;

е) потенциальные покупатели могут легко интегрировать новый товар в свое производство или потребление; неценовые издержки перехода на новый товар, следовательно, малы, что позволяет быстро создать массовый рынок.

56. Укажите достоинства стратегии «снятия сливок» при ценообразовании на новые товары.

а) стратегия «снятия сливок» повышает имидж фирмы, она свидетельствует о развитии «корпоративном брэнде»;

б) она оставляет открытой дорогу к последующей перестройке цен с учетом эволюции рынка и конкуренции;

в) с коммерческой точки зрения снижать цену всегда легче, чем повышать;

г) с финансовой точки зрения она позволяет быстро высвободить капитал, который можно использовать в других проектах.

57. Укажите достоинства стратегии «проникновения» при ценообразовании на

новые товары.

- а) стратегия проникновения нового товара на рынок состоит в установлении низкой цены с целью с самого начала захватить большую долю рынка;
- б) стратегия «проникновения» повышает имидж фирмы, она свидетельствует о развитии «корпоративном брэнде»;
- в) она предполагает наличие системы интенсивного сбыта, стимулирование интереса рынка активными рекламными мероприятиями и прежде всего соответствующие производственные возможности;
- г) это стратегия рассчитана на крупные начальные инвестиции, которые нескоро будут возвращены.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ.

ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ

1. Какие этапы включаются в процесс разработки и реализации инновационных стратегий?

- а) этап постановки целей;
- б) этап стратегического анализа;
- в) этап выбора инновационной стратегии;
- г) этап реализации инновационной стратегии;
- д) этап организации инновационного цикла;
- е) этап контроля реализации инновационной стратегии;
- ж) этап стимулирования реализации инновационной стратегии.

2. Какие основные блоки включаются в инновационный проект для адаптации предприятия к инновации?

- а) блок изменений результатов деятельности;
- б) блок изменений в ресурсах;
- в) блок изменений в бизнес-процессах;
- г) блок изменений в системе управления;
- д) блок изменений в организационной структуре;
- е) блок изменений в управлении персоналом;
- ж) блок изменений в стратегии маркетинга.

3. Что такое «инновационный потенциал предприятия»?

- а) мера готовности предприятия выполнить задачи, обеспечивающие

достижение поставленной инновационной цели;

б) мера готовности предприятия к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внедрения инновации;

в) мера научно-технического, экономического и социального развития предприятия и уровень его организационной культуры;

г) степень соответствия профиля инновации научно-техническому потенциалу предприятия;

д) уровень адаптивности предприятия к инновации.

4. Что имеется в виду, когда говорится об инновационном климате?

а) состояние внешней среды предприятия, содействующее или противодействующее достижению инновационной цели;

б) инвестиционный климат, политическая ситуация, природно-географический потенциал;

в) преобладающий технологический уклад, экономическая и политическая ситуация, развитие интеграции.

5. Чем определяется инновационная позиция предприятия?

а) инновационным потенциалом;

б) инновационным климатом;

в) техническими характеристиками инновации;

г) экономическими характеристиками инновации;

д) маркетинговыми характеристиками инновации.

6. Укажите один из признаков, не входящих в понятие «корпоративный брэнд»:

а) интеллектуальная собственность (патенты, лицензии, промышленные образцы, товарные знаки);

б) оборудование и способы производства, содержание запатентованных решений или непубликуемые секреты производства - *know-how*;

в) маркетинговая стратегия и рекламная политика фирмы (фирменный стиль, обслуживание, сотрудничество со средствами массовой информации, спонсорство и др.);

г) квалификация руководящего состава и рядовых сотрудников фирмы, система знаний, которой располагает фирма.

7. Укажите одну из функций, не входящую в функции товарного знака:

- а) служить отличительным признаком фирмы, работать на имидж фирмы, обеспечивать узнаваемость фирмы, формировать ее образ;
- б) необходимость заботиться о сохранении качественных характеристик и свойств товара, выпускаемого под данным товарным знаком;
- в) индивидуализация товаров и их производителей на рынке, благодаря чему потребитель может выбрать среди однородных товаров товар определенного производителя, в определенном реальном исполнении, с определенным подкреплением на рынке;
- г) включаемое в товарный знак фирменное наименование, которое должно быть лаконичным, эстетичным, удобопроизносимым, благозвучным, а также легко технологически выполнимым.

8. Выделите первую и основную функцию товарного знака, вторую и третью.

- а) индивидуализация товаров производителей на рынке, благодаря чему потребитель может выбрать среди однородных товаров товар определенного производителя, в определенном реальном исполнении, с определенным подкреплением на рынке;
- б) включаемое в товарный знак фирменное наименование, которое должно быть лаконичным, эстетичным, удобопроизносимым и благозвучным, а также легко технологически выполнимым;
- в) необходимость заботиться о сохранении качественных характеристик и свойств товара, выпускаемого под данным товарным знаком.

9. Какой из этапов процесса разработки и реализации инновационной стратегии развития фирмы обозначен на рисунке как «I»?

- а) анализ инновационно-стратегической позиции;
- б) стратегическое планирование инноваций;
- в) адаптация фирмы к инновационной стратегии: стратегические изменения производственно-хозяйственной системы; реструктуризация;
- г) выяснение инновационно-стратегической ситуации;
- д) выбор инновационной стратегии;
- е) реализация (внедрение) принятой инновационной стратегии развития фирмы.

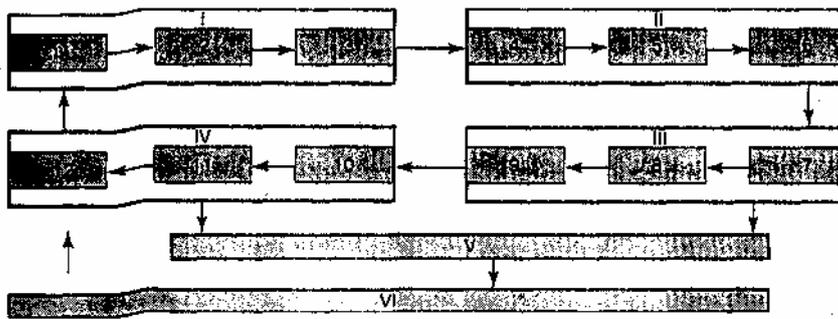


Рис. 3.1. Этапы процесса разработки и реализации инновационной стратегии развития фирмы

10. Какой из этапов процесса разработки и реализации инновационной стратегии развития фирмы, перечисленных в вопросе 9, обозначен на рисунке как «II»?

11. Какой из этапов процесса разработки и реализации инновационной стратегии развития фирмы, перечисленных в вопросе 9, обозначен на рисунке как «III»?

12. Какой из этапов процесса разработки и реализации инновационной стратегии развития фирмы, перечисленных в вопросе 9, обозначен на рисунке как «IV»?

13. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента определяется следующим образом: «Управление фирмой в случае нестабильности внешней среды, когда возникает угроза достижению целей фирмы и состоянию ее потенциала»?

- а) стратегия;
- б) стратегическое управление;
- в) нестратегическое управление;
- г) ресурсные стратегии;
- д) функциональные стратегии;
- е) продуктовые, портфельные стратегии;
- ж) фирменные (корпоративные) стратегии.

14. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Стратегия создания нового изделия. Стратегия диверсификации. Стратегия развития

продукта»?

15. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Стратегия НИОКР. Стратегия развития производства. Стратегия реализации. Стратегии маркетинга. Стратегия сервиса»?

16. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Средство достижения цели фирмы на основе специально разрабатываемого направления, способа использования и развития ресурсов, составляющих ее потенциал, с учетом влияния на цели и потенциал фирмы изменений состояния внешней среды»?

17. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Управление фирмой в случае стабильности внешней среды, когда не возникает угроза достижению целей фирмы и ее потенциалу»?

18. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Стратегия интеграции. Стратегия развития потенциала»?

19. Какое понятие стратегического инновационного менеджмента среди перечисленных в вопросе 13 определяется следующим образом: «Стратегии использования и развития кадров, финансов, материально-технической базы, информации»?

20. Каково наиболее логичное соотношение понятий?

- а) инновационная цель > стратегия развития фирмы > перспектива фирмы;
- б) перспективное развитие > инновационная стратегия > инновационная цель;
- в) цель развития фирмы > инновационная стратегия > инновационная цель.

21. Какие из перечисленных ниже источников финансовых средств в инновации относятся к собственным?

- а) прибыль;
- б) акционерный капитал;
- в) кредиты;

- г) амортизация;
- д) беспроцентные ссуды;
- е) долевое участие, СП;
- ж) процентные ссуды;
- з) безвозмездные инвестиции.

22. Какие из перечисленных в вопросе 1 источников финансовых средств в инновации относятся к привлеченным?

23. Перечислите группы факторов инвестиционной привлекательности инновационных проектов:

- а) финансово-экономические;
- б) внеэкономические;
- в) отраслевая принадлежность;
- г) репутация новатора;
- д) возможность стратегического превосходства;
- е) неформальные отношения новатора и инноватора.

24. Чем для внешнего инвестора является показатель «цена собственного капитала»?

- а) нижним пределом рентабельности;
- б) гарантией возврата вложенных средств;
- в) единственным критерием для принятия решения о вложении средств.

25. Формулой расчета цены привлеченного капитала является:

- а) средневзвешенный процент по привлеченным финансовым ресурсам;
- б) абсолютная величина платы за пользование заемными средствами;
- в) величина заемных средств.

26. Какие из перечисленных ниже основных факторов, определяющих цену привлеченного капитала, относятся к внутренним?

- а) деловая репутация инноватора (имидж, политическая поддержка, система взаимоотношений с партнерами и т.д.);
- б) государственная инвестиционная политика, уровень инфляции, имидж организации;
- в) темпы роста ВВП, уровень инфляции, ситуация на финансовом рынке;

г) макроэкономическая ситуация, государственная инвестиционная политика, ситуация на финансовом рынке.

27. Какие из перечисленных в вопросе 6 основных факторов, определяющих цену привлеченного капитала, относятся к внешним?

28. Что является нижней границей доходности инновационного проекта?

а) цена капитала;

б) цена собственного капитала;

в) цена привлеченного капитала.

29. Основными факторами, определяющими норму прибыли для инноватора, являются:

а) цена капитала, внутренние потребности производства;

б) ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;

в) альтернативные вложения средств и их доходность;

г) уровень риска.

30. Основными факторами, определяющими норму прибыли для внешнего инвестора, являются:

а) цена капитала, внутренние потребности производства;

б) ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;

в) цена капитала, внутренние потребности производства, ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;

г) альтернативные вложения средств и их доходность, уровень риска.

31. Для расчета коэффициента дисконтирования используются данные о:

а) доходности альтернативных проектов;

б) уровне премии за риск;

в) уровне инфляции;

г) процентной ставке по валютному депозиту.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Какой тип инновационного поведения описывается следующим образом: «массовое производство нового продукта с опережением конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба»?

- а) виолентный;
- б) пациентный;
- в) эксплерентный;
- г) коммутантный.

2. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведенного в вопросе 1, описывается следующим образом: «приспособление к узким сегментам рынка (нишам) путем специализированного производства новой продукции с уникальными свойствами»?

3. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведенного в вопросе 1, описывается следующим образом: «выход на рынок с радикально новым продуктом и захват части рынка»?

4. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведенного в вопросе 1, описывается следующим образом: «приспособление к условиям местного рынка, заполнение свободных рыночных ниш, имитация новинок»?

5. Определите, к какому типу относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Предприятие «Дельта» - небольшая организация (с численностью работающих - 300 чел.), посвятившая себя исследованиям и разработкам (НИОКР), часто предлагающая новые решения».

- а) виолент;
- б) пациент;
- в) эксплерент;
- г) коммутант.

6. Определите, к какому типу из перечня, приведенного в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Объединение «Заря», занятое массовым выпуском изделий, обладающее большими ресурсами, с 20-тысячным коллективом, в плановом порядке переходит на новые модели».

7. Определите, к какому типу из перечня, приведенного в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Фирма «Источник» - малое предприятие с 50 работающими, занято оказанием наукоемких услуг (консультационная деятельность, программирование, подготовка кадров)».

8. Определите, к какому типу из перечня, приведенного в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Предприятие «Квант» - средняя организация с 2000 работающими, выпускает широкий спектр наукоемкой оригинальной продукции малыми сериями, постоянно ищет ниши».

9. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «виоленты» - по Л.Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир):

а) серая мышь;

б) гордый лев, могучий слон, неповоротливый бегемот;

в) хитрая лиса;

г) первая ласточка.

10. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «пациенты» - по Л.Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведен в вопросе 9.

11. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «эксплеренты» - по Л.Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведен в вопросе 9.

12. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «коммутанты» - по Л.Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведен в вопросе 9.

13. Предприятие работает на рынке много лет. Имеет массовое и крупносерийное производство широкой гаммы разных изделий. Испытывает большие трудности на рынке и в финансах. Есть нерентабельные производства. По классификации предприятий по Х. Фризевинкеля, это предприятие

является...

- а) гордым львом;
- б) могучим слоном;
- в) неповоротливым бегемотом.

14. Предприятию меньше 10 лет. Молодое предприятие выпускает в массовом количестве, в основном, единственное изделие. Оно практически является монополистом в своей области, и у него нет конкурентов на рынке. По классификации предприятий Х. Фризевин-келя, это предприятие является...(варианты классификации см. в вопросе 13).

15. Предприятие с устоявшимся имиджем выпускает ограниченное количество (5-7) изделий массовым тиражом. Есть проблемы с производством и конкуренцией. Возникают проблемы со снятием с производства ряда изделий. По классификации предприятий Х. Фризевин-келя, это предприятие является...(варианты классификации см. в вопросе 13).

16. Какие функции можно отнести к предприятиям-виолентам?

- а) фундаментальная наука, поисковые НИР, плановые разработки новой продукции;
- б) специализированное производство дифференцированных товаров для сегментов рынка;
- в) организация системы гарантийного обслуживания;
- г) массовое и крупносерийное производство стандартной продукции;
- д) разработка и выход на рынок с пионерными радикальными продуктовыми новшествами;
- е) имитация новинок и предложение их сегменту рынка с низким платежным спросом;
- ж) работа по стандартизации продукции, организация систем качества и сертификации;
- з) проведение маркетинговых исследований для поиска рыночных ниш (узких сегментов);
- и) опытно-конструкторские разработки для дифференциации продукции;
- к) мелкосерийное производство совершенно новых пионерных наукоемких

продуктов;

- л) производство мелких простых деталей и компонентов для крупных фирм;
- м) оказание потребителям сложных и редких наукоемких услуг;
- н) разработка пионерных технологических новшеств;
- о) оказание бытовых и прочих услуг населению;
- п) производство товаров местного значения.

17. Какие функции из приведенных в вопросе 16 можно отнести к предприятиям-пациентам?

18. Какие функции из приведенных в вопросе 16 можно отнести к предприятиям-эксплорентам?

19. Какие функции из приведенных в вопросе 16 можно отнести к предприятиям-коммутантам?

20. К какому классу можно отнести фирмы, характеризуемые следующим образом: «Эти фирмы могут быть разных размеров: малые, средние и даже изредка крупные. Они проводят стратегию дифференциации продукции и занятия своей ниши - узкого сегмента рынка. В такой стратегии четко прослеживаются две составляющие подстратегии: ставка на дифференциацию продукта; необходимость сосредоточения максимума усилий на узком сегменте рынка. Дифференциация продукции - шаг навстречу потребителю, которому неэффективна массовая стандартная продукция. Она позволяет также открыть свое дело по производству дифференцированной продукции. При этом фирма использует различия товара в качестве, сервисе и рекламе.»?

- а) гордый лев. Могучий слон. Неповоротливый бегемот;
- б) пациент;
- в) эксплорент;
- г) коммутант;
- д) серая мышь;
- е) виолент;
- ж) хитрая лиса;
- з) первая ласточка.

21. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы,

характеризуемые следующим образом: «Эти фирмы чаще всего избирают один из трех вариантов поведения - деятельность в сферах, традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом (привязанные к местности и обслуживающие локальные потребности: предприятие питания и технического сервиса, парикмахерские, прачечные, юридические и прочие консультационные службы и т.п.). Это традиционный тип - выполнение функций субпоставщиков несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании. Это поставщики - выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия и технологии. Это подражатели.»?

22. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризующиеся следующим образом: «Крупные фирмы, осуществляющие массовое производство, обладают большой ресурсной силой, естественно, им свойственно силовое конкурентное и инновационное поведение на рынке. Такие фирмы обладают крупными размерами, большой численностью работающих, многочисленными филиалами и дочерними предприятиями, полнотой ассортимента, способностью к массовому производству. Их отличают большие расходы на НИОКР, производство, маркетинговые и сбытовые сети. Для этого требуются серьезные инвестиции. Их постоянная проблема - загрузка мощностей.»?

23. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризующиеся следующим образом: «Фирмы эти в основном небольшие. Их главная роль в экономике - инновационная, состоящая в Создании радикальных, прорывных нововведений: новых продуктов и новых технологий во всех отраслях народного хозяйства. Как создатели радикальных нововведений, такие фирмы отличаются своей Целеустремленностью, преданностью идее, высочайшим профессиональным уровнем своих сотрудников и их лидера, большими удельными расходами на НИОКР?».

24. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризующиеся следующим образом: «Это малые предприятия. Они малы по размерам и возможностям, незаметны, но изворотливы, изобретательны в выборе способов конкуренции, многочисленны и вездесущи. Главной их чертой

является уникальная гибкость, на основе которой проявляются приспособляемость и изменчивость. В соответствии с этими конкурентными преимуществами малой фирмы являются: высокая эффективность управления, прозрачность, за всем может следить сам хозяин; живучесть мелких фирм повышается в силу уникальных, нетипичных мотивов предпринимательства (возможность быть независимым и получать удовольствие от совершаемой работы); низкие издержки или даже их отсутствие в части затрат на управление и НИОКР, бухгалтерские, складские и рекламные работы; легкость ухода с рынка и перехода к новому бизнесу; поддержка государства.»?

25. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризующиеся следующим образом: «Такая фирма в своем развитии сначала создается или существует как компания-пионер, которая ничем, кроме одержимостью идеей, не отличается от множества других мелких и средних фирм. Однако в данной фирме-пионере идет настойчивый поиск принципиально новых технических решений. Все средства, в большей части привлеченные, тратятся на ОКР. На рынок пока ничего не поставляется. На первом этапе фирмы-пионеры, берущиеся за трудный и рискованный процесс внедрения или коммерциализации открытия и изобретения, бедны и слабы, нуждаются в поддержке. В последние десятилетия, когда появились технологические центры и парки, венчурный капитал, ситуация изменилась к лучшему. Поддержка таких фирм приняла организованный характер.»?

26. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризующиеся следующим образом: «Такое предприятие прежде всего создает собственную нишу. Пути: участие в модификации серийной продукции; исполнение специфических заказов и другие. Ниша должна отличаться устойчивой обособленностью. Далее требуется сформировать нишу. В роли стабилизатора достигнутой дифференциации товара могут выступать: уникальный технологический опыт; особая сбытовая сеть; исторический престиж марки. На этапе наступившей зрелости есть свои проблемы. Фирма накапливает опыт и концентрирует ресурсы в избранной узкой области, все более обособливая нишу и отсекая конкурентов. Оборот быстро растет. Растет

популярность товара. О появившемся новом товаре с особыми достоинствами (с высоким качеством, но и с высокой ценой) узнает все более широкий круг потенциальных потребителей. Фирма становится высокодоходной, оставаясь небольшой по размерам. Параллельно нарастают опасности: старение знаний и инновационных капиталов; опасность захвата.»?

27. К какому классу из перечисленных в вопросе 20 можно отнести фирмы, характеризуемые следующим образом: «Такие фирмы обладают крупными размерами, большой численностью работающих, многочисленными филиалами и дочерними предприятиями, полнотой ассортимента, способностью к массовому производству. Их отличают большие расходы на НИОКР, производство, маркетинговые и сбытовые сети. Для этого требуются серьезные инвестиции. Их постоянная проблема - загрузка мощностей. Продукция их обладает высоким качеством, обеспечиваемым высоким уровнем стандартизации, унификации и технологичности, низкими ценами, свойственными массовому производству, имеет, как правило, глобальный характер. Многие из них представляют собой транснациональные компании. Действуют они на олигополистическом рынке.»?

28. Какие предприятия из перечисленных в вопросе 20 (по классификации инновационного поведения) на определенной стадии развития запускают механизм «самоускоряющегося роста», заключающийся в следующем: массированное вторжение нового качественного продукта по доступной цене > появление миллионов пользователей > развитие стандартов и всестороннего сервиса > новый аргумент приобретения > объем продаж растет > цены падают > новый интерес потребителей?

29. Промышленность индустриальной страны обычно определяют число предприятий порядка:

а) 5- 10;

б) 20 - 50;

в) 100-200;

г) 500- 1000.

30. Иерархия предприятий в отрасли представляется следующим образом:

а) три лидера, несколько вторых;

б) лидер, ряд вице-лидеров, остальные;

в) несколько сильных, группа средних, множество ниже средних.

31. По какому признаку ранжируются предприятия в списке 10 и 20 сильнейших?

а) по доле в общем списке по принятому для сравнения параметру;

б) по объему продаж и размеру прибыли.

32. Устойчивость рейтинга фирм на нижних и средних этажах:

а) стабильная;

б) меняется;

в) часто меняется.

33. Устойчивость рейтинга фирм на верхнем этаже:

а) стабильная;

б) меняется;

в) часто меняется.

34. Как правило, за 10-15 лет в списке 10 ведущих фирм какой-либо страны появляется не более ... не входивших в него ранее компаний.

а) 1-2;

б) 2-3;

в) 3-4

35. Определите, какому типу предприятия, учитывая стадию его развития, присуще использование механизма «самоускоряющегося роста»: массированное вторжение нового качественного продукта по доступной цене > появление миллионов пользователей; развитие стандартов и всестороннего сервиса > новый аргумент приобретения > объем продаж растет, цены падают > новый интерес потребителей.

а) виолент-«гордый лев»;

б) виолент-«могучий слон»;

в) виолент-«неповоротливый бегемот»;

г) пациент;

д) эксплерент;

е) коммутант.

36. Выделите 2 проблемы и опасности пациента:

а) вторжение на рынок случайного конкурента;

б) старение знаний и инновационных (интеллектуальных) капиталов;

в) уход потребителей с рынка;

г) опасность захвата поглощения;

д) опасность со стороны поставщиков.

КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСЫ

- Основная литература
- Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент :Учеб. пособие.- : Рек.МО / А.Г. Ивасенко. - М. : Кнорус, 2009. - С.416.
- Базилевич А.И. Инновационный менеджмент предприятия : учеб. пособие /А.И. Инновационный менеджмент предприятия : А.И. Базилевич. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - С.231.
- Сапожников В.Н. Инновационный менеджмент. : В.Н. Сапожников. - М. : Слово-Симс, 2008. - 134 с.
- Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент.-6-е изд. исправ. и доп./учебник для вузов. : Р.А. Фатхутдинов. - СПб : Питер, 2008. - 448 ст
- Инновационный менеджмент: учебник.-/Под ред.В.Я. Горфинкеля и (др).- 2-е изд.,доп.,перераб. : - М. : Вузовский учебник, 2008. - 464 с.
- Электронные ресурсы
- ЭБС «Университетская библиотека «онлайн» <http://biblioclub.ru>
- Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 392 с. - (Magister). - ISBN 978-5-238-02359-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119436>
- Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент. Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев ; под ред. А.Е. Илларионова. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 220 с. - («Учебные издания для бакалавров»). - ISBN 978-5-394-02070-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135036>
- Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент. Учебное пособие для бакалавров / Ж.Д. Дармилова ; под ред. А.Е. Илларионова. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 168 с. - («Учебные издания для бакалавров»). - ISBN 978-5-394-02123-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135039>
- Вьюгина, Л.К. Инновационный менеджмент. Структурные схемы и таблицы : учебное пособие / Л.К. Вьюгина. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-238-02278-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116712>

Инновационный менеджмент : учебное пособие / И.Ф. Бригадин, Н.М. Бухонова, В.А. Царев, А.В. Яковлев. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2011. - 232 с. - ISBN 978-5-7994-0464-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142048>

Инновационный менеджмент : учебное пособие / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышева. - 3-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 384 с. - ISBN 978-5-394-01454-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112193>

Периодика:
журналы,
газеты

«Экономика и жизнь»; Газета «Коммерсант»; Журнал «Эксперт»; Справочник экономиста; Экономист; Российский экономический журнал; Журнал "Инновации"; Менеджмент в России и за рубежом. Газеты: Российская газета; Экономика и жизнь; Финансовая газета

Ресурсы
Интернет

www.economicus.ru – учебный портал по экономической теории, менеджменту, маркетингу, содержит информацию о величайших отечественных и зарубежных экономистах учетных, электронные учебники.

www.rsnet.ru – официальный сервер государственных органов власти Российской Федерации.

Гражданский кодекс Российской Федерации
<http://base.garant.ru/10164072.htm>

Российский антикризисный ресурс <http://www.crisis.ru/>
<http://www.postindustrial.net/>), - Центр исследований постиндустриального общества

<http://www.forecast.ru/> - Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП)

Ресурс о венчурном рынке и инновационном бизнесе
www.unova.ru

<http://www.unova.ru>

<http://www.facebook.com/UnovaRu>

Менеджмент инноваций
<http://tovuz.ru/grebennikon/menedzhment-innovaciya.html>

Электронная библиотека бесплатных учебников, лекций, конспектов и книг для вузов Все учебные материалы Инноватика, инновационные процессы, ресурсы, менеджмент и управление

http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_plus_14.html

Библиотека креативной экономики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/library>

Гольдштейн Г. Я. Инновационный менеджмент / Г. Я. Гольдштейн. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://exsolver.narod.ru/Books/Management/In_man2/index.html

Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://exsolver.narod.ru/Books/Management/Innov_man/index.html

Инновационное развитие – основа модернизации экономики России: Национальный доклад. – М.: ИМЭМО РАН, ГУ–ВШЭ, 2008. – 168 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://rosmu.ru/activity/attach/events/453/nac_doclad.pdf

Инновационное бюро «Эксперт» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.inno-expert.ru>

Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент / А.М. Мухамедьяров. - М.: Инфра-М, 2008. - 176 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man182.htm>

Основы инновационного менеджмента. Теория и практика / Под ред. Казанцева А.К., Миндели Л.Э.- М.: ЗАО Экономика, 2004. - 518 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man009.htm>

Портал информационной поддержки инноваций и бизнеса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.innovbusiness.ru/>

Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mon.gov.ru/work/nti/dok/str/strateg.zip>

Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А.Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2008. - 448 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man045.htm>

Федеральный портал по научной и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.sci-innov.ru/>

Федеральное агентство по науке и инновациям [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fasi.gov.ru>

Электронное издание «Наука и технологии России» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.strf.ru>

Электронный журнал «Инновации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mag.innov.ru>

БИЛЕТЫ К ИТОГОВОМУ ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Билет № 1

1. Роль сетевых структур в системе инновационного менеджмента.
2. Выбор инновационной стратегии поведения организации.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 1

Вопрос 1. Что является объектом инновационного менеджмента?

1. коллективы трудящихся;
2. инновационные процессы во всем их разнообразии, осуществляемые во всех сферах народного хозяйства;
3. финансовые потоки предприятий;
4. нововведения;
5. показатели эффективности производства.

Вопрос 2. Укажите аспекты инновационного менеджмента.

1. наука и искусство управления инновациями;
2. вид деятельности и процесс принятия управленческих решений в инновациях;
3. аппарат управления инновациями;
4. верны все перечисленные выше ответы;
5. верны 1 и 2 ответы.

Вопрос 3. Какие этапы развития характерны для инновационного менеджмента?

1. факторный подход и функциональная концепция;
2. системный подход;
3. факторный и системный подходы;
4. функциональная концепция и системный подход;
5. факторный, системный, ситуационный подходы и функциональная концепция;

Билет № 2

1. Государственное регулирование инновационной деятельности.
2. Структура и содержание системы инновационного менеджмента организации.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 2

Вопрос 1. Назовите составляющие факторы научно-технического потенциала инновационного процесса.

1. материально-техническая база, кадры науки,
2. информационные фонды;
3. кадры науки;
4. научное оборудование;
5. все вышеназванное.

Вопрос 2. От чего зависит вертикальное разделение труда менеджеров?

1. от отраслевой принадлежности;
2. от организационно-правовых форм организации инновационного процесса;
3. от масштабов инновационной деятельности, характера осуществляемых инноваций и отраслевой принадлежности;
4. от иерархической структуры инновационного процесса;
5. от функций инновационного менеджмента.

Вопрос 3. На какие иерархические уровни менеджмента можно разделить инновационный процесс?

1. высший, средний;
2. первый уровень;
3. высший и третий уровень;
4. высший, средний и низший;
5. верны 1 и 2 ответы.

Билет № 3

1. Организационные формы инновационных предприятий.
2. Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 3

Вопрос 1. Что составляет основную целевую задачу инновационного менеджмента?

1. подбор и расстановка кадров;
2. обеспечение эффективного использования потенциала инновационного процесса;
3. гармонизация;
4. построение организационной структуры;
5. выработка стратегической инновационной стратегии.

Вопрос 2. Укажите основные задачи, которые решает экзогенная гармонизация инновационного менеджмента.

планировка производственных процессов и реализации

1. инновационной продукции;
2. формирование долго- и краткосрочных целей инновационной деятельности;
3. учет экологической ситуации;
4. учет потребительского спроса и объективных тенденций НТП;
5. верны 2,3,4 ответы.

Вопрос 3. Выделите виды деятельности процессуальной функции инновационного менеджмента.

1. делегирование и мотивация;
2. решения и коммуникации;
3. делегирование и коммуникации;
4. планирование;
5. организация и контроль.

Билет № 4

1. Развитие системы социального партнерства в условиях модернизации российской экономики.
2. Содержание и взаимосвязь основных понятий в области инновационного менеджмента.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 4

Вопрос 1. Какие признаки используются при систематизации и классификации видов организации инновационных процессов?

1. формы специализации, концентрации;
2. способы организации;
3. задачи организации, формы и способы организации;
4. комбинирование и задачи организации;
5. формы организационных структур.

Вопрос 2. Что такое развитие?

1. закономерное изменение материи;
2. направленное изменение материи;
3. направленное и закономерное изменение материи и сознания;
4. необратимое, направленное и закономерное изменение материи и сознания;
5. необратимое и закономерное изменение материи и сознания.

Вопрос 3. Какие существуют формы развития?

1. революционная и коадапционная;
2. эволюционная;
3. революционная и эволюционная;
4. коэволюционная и революционная;
5. эволюционная, революционная, коэволюционная и коадапционная.

Билет № 5

1. Роль лидера в системе менеджмента инновационной организации.
2. Организационные структуры инновационных организаций.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 5

Вопрос 1. Какая из форм развития не является прогрессивной?

1. коэволюционная;
2. революционная;
3. эволюционная;
4. коэволюционная и эволюционная;
5. коэволюционно-коадапционная.

Вопрос 2. Какими факторами обусловлено развитие организаций (фирм)?

1. потребностями и интересами человека и общества;
2. изменением внешней среды и экологии;
3. техническим прогрессом, состоянием

Вопрос 3. Что является объектом инновационного менеджмента?

1. коллективы трудящихся;
2. инновационные процессы во всем их разнообразии, осуществляемые во всех сферах народного хозяйства;
3. финансовые потоки предприятий;
4. нововведения;
5. показатели эффективности производства.

Билет № 6

1. Инновационный потенциал организации.
2. Организационная культура и ее элементы, влияющие на инновационное поведение.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 6

Вопрос 1. Укажите аспекты инновационного менеджмента.

1. наука и искусство управления инновациями;
2. вид деятельности и процесс принятия управленческих решений в инновациях;
3. аппарат управления инновациями;
4. верны все перечисленные выше ответы;
5. верны 1 и 2 ответы.

Вопрос 2. Какие этапы развития характерны для инновационного менеджмента?

1. факторный подход и функциональная концепция;
2. системный подход;
3. факторный и системный подходы;
4. функциональная концепция и системный подход;
5. факторный, системный, ситуационный подходы и функциональная концепция;

Вопрос 3. Назовите составляющие факторы научно-технического потенциала инновационного процесса.

1. материально-техническая база, кадры науки,
2. информационные фонды;
3. кадры науки;
4. научное оборудование;
5. все вышеназванное.

Билет № 7

1. Инновационный менеджмент – актуальная составляющая в системе современного управления.
2. Классификация и жизненный цикл инноваций.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 7

Вопрос 1. От чего зависит вертикальное разделение труда менеджеров?

1. от отраслевой принадлежности;
2. от организационно-правовых форм организации инновационного процесса;
3. от масштабов инновационной деятельности, характера осуществляемых инноваций и отраслевой принадлежности;
4. от иерархической структуры инновационного процесса;
5. от функций инновационного менеджмента.

Вопрос 2. На какие иерархические уровни менеджмента можно разделить инновационный процесс?

1. высший, средний;
2. первый уровень;
3. высший и третий уровень;
4. высший, средний и низший;
5. верны 1 и 2 ответа.

Вопрос 3. Что составляет основную целевую задачу инновационного менеджмента?

1. подбор и расстановка кадров;
2. обеспечение эффективного использования потенциала инновационного процесса;
3. гармонизация;
4. построение организационной структуры;
5. выработка стратегической инновационной стратегии.

Билет № 8

1. Жизненный цикл нововведения: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.
2. Инновационный процесс: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 8

1. Конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта (технологии, услуги), внедренного на рынке – это:
 - а) новшество;
 - б) инновация;
 - в) открытие;
 - г) изобретение.
2. Техническое решение, новое и полезное для организации, в которой подано, предусматривающее изменение конструкции изделия, технологии производства, применяемой техники или состава материалов, - это:
 - а) рационализаторское предложение;
 - б) инновацию;
 - в) новшество;
 - г) инновационный процесс.
3. Продукт интеллектуальной деятельности, результат научных исследований и разработок, направленный на удовлетворение определенной потребности – это:
 - а) изобретение;
 - б) инновация;
 - в) рационализаторское предложение;
 - г) открытие.

Билет № 9

1. Патентно-лицензионная деятельность при коммерциализации нововведений.
2. Особенности маркетинга инноваций.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 9

1. Вид деятельности, связанный с трансформацией идей в новый или усовершенствованный продукт, внедренный на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, либо в новый подход к социальным услугам – это:
 - а) инновационная деятельность;
 - б) интеллектуальная деятельность;
 - в) научно-техническая деятельность.
2. Последовательное превращение идеи в новый продукт, проходящий в общем случае ряд взаимосвязанных этапов, представляет собой:
 - а) инвестиционный процесс;
 - б) инновационный процесс;
 - в) жизненный цикл.
3. Понятие _____ означает:
 - а) совокупность организационно-управленческих процедур, составляющих определенную последовательность действий по управлению инновациями на предприятии;
 - б) систему управления инновационной деятельностью и инновационной восприимчивостью;
 - в) самостоятельную область экономической науки, направленную на формирование и эффективное использование новых знаний, новых видов продукции, технологий, услуг.

Билет № 10

1. Методы поиска инновационных идей и их характеристика.
2. Процесс реализации инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 10

1. Комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, финансовых и иных мероприятий, соответствующим образом увязанных по срокам, исполнителям и потребляемым ресурсам, оформленных комплектом проектной документации, является:
 - а) инновационной программой;
 - б) инновационным проектом;
 - в) патентом.
2. По роли в воспроизводственном процессе нововведения делятся на:
 - а) инвестиционные и потребительские;
 - б) продуктовые и процессные;
 - в) патенты и изобретения.
3. Принципиально новые изделия, технологии, методы организации и управления относятся к инновациям:
 - а) радикальным (базовым);
 - б) комбинаторным;
 - в) модифицирующим.

Билет № 11

1. Объект, предмет, цели, задачи и функции инновационного менеджмента.
2. Менеджеры в инновационной сфере: требования к профессиональной компетенции.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 11

1. К видам инновационной деятельности не относится:
 - а) выпуск новой или усовершенствованной продукции;
 - б) маркетинговая деятельность по продвижению новой или усовершенствованной продукции;
 - в) выполнение научных исследований и опытно-конструкторских разработок;
 - г) производство традиционной продукции предприятия.
2. Интенсивность использования инновационных возможностей предприятия характеризует:
 - а) инновационный потенциал;
 - б) инновационную активность;
 - в) инновационную восприимчивость.
3. Под инновационным потенциалом следует понимать:
 - а) имеющиеся возможности успешного создания и внедрения новшеств;
 - б) степень участия предприятия в разработке новшеств;
 - в) восприимчивость хозяйствующих субъектов к нововведениям.

Билет № 12

1. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности: понятие, классификация, проблемы и перспективы развития.
2. Понятие и сущность инновационной активности персонала организации.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 12

1. Характерным признаком инноваций является:
 - а) рыночная новизна;
 - б) целенаправленность на получение прибыли (иного экономического или социального) эффекта от реализации;
 - в) отсутствие риска финансирования;
 - г) длительный период создания новшеств.
2. Основоположителем теории инновационных процессов в экономических исследованиях является:
 - а) Й. Шумпетер;
 - б) Д. Санто;
 - в) П. Дракер.
3. Новые методы организации и управления производством, а также социальной сферой представляют собой:
 - а) управленческие нововведения;
 - б) технологические инновации;
 - в) продуктовые инновации.

Билет № 13

1. Понятие и сущность инновационной стратегии организации.
2. Классификация инновационных стратегий и их специфика.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 13

1. Функции инноваций:
 - а) воспроизводственная
 - б) социальная
 - в) методическое обеспечение принятия решений
 - г) все выше перечисленные
2. Виды инновационной деятельности:
 - а) производственное проектирование
 - б) производственное редактирование
 - в) научно-исследовательская деятельность
3. Объектом инновационной деятельности является:
 - а) инновационная фирма
 - б) разработки

Билет № 14

1. Инновационные аспекты различных типов конкурентного поведения организации.
2. Понятие и сущность лицензирования в инновационной деятельности. Классификация лицензий и их специфика.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 14

1. К приемам инновационного менеджмента относятся:
 - А) воздействие на производство инновации
 - Б) воздействие на информацию
 - В) воздействие на реализацию
2. Сущность бенчмаркинга состоит в:
 - а) изучение деятельности хозяйственного объекта или конкурентов с целью использования их положительного опыта
 - б) проведение инженерных конструкторских работ по созданию инновационного проекта
3. Основные пути снижения риска инновационной деятельности:
 - а) передача риска путем заключения контрактов
 - б) страхование
 - в) оба ответа не верны

Билет № 15

1. Понятие и сущность эффективности инновационной деятельности.
2. Технология оценки эффективности инновационной деятельности организации: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 15

1. К источникам инвестиций относятся:
 - а) собственные фин средства и др. виды активов
 - б) земля и ее недра
 - в) различные формы заемных средств
 - г) все выше перечисленное
2. Инновация-это:
 - а) это процесс замены сущ. технологии в этом слу-чае решающ. роль играет научная и технико-технологическая новизна.
 - б) это процесс внедрения новшеств под кот. поним. новый порядок, новый метод, изобретение, но- вое явление и т.д.
 - в) это состояние экономич. объектов и процессов, опред. принципы на жизнеспособ., направл. экон. роста и целесообр. деят-ти человека по созданию вещ. и невест. товаров, процессов, знаний, методов и услуг.
3. Эффектом инвестиционного проекта называется:
 - а) тот результат, который либо уже получен, либо будет получен инвестором вследствие реализации данного конкретного инв-го проекта.
 - б) результативность использования средств инвестора.
 - в) оба ответа неверны

Билет № 16

1. Рынок инновационной продукции: понятие, субъекты, объекты, отличительные особенности.

2. Проблемы и перспективы стратегического управления инновационной деятельностью.

3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 16

1. К числу основных форм инвестирования можно отнести:

- а) денежные средства и их эквиваленты
- б) имущество
- в) имущественные права
- г) природные ресурсы
- д) все выше перечисленное

2. Различают следующие виды проектного анализа:

- а) коммерческий
- б) правовой
- в) бюджетный
- г) социальный

3. В управлении инновационной сферой участвуют:

- а) Министерство финансов
- б) Министерство иностранных дел
- в) Министерство информационных технологий и связи РФ
- г) Федеральная служба РФ по финансовому оздоровлению и банкротству

Билет № 17

1. Классификация инноваций и их специфика.

2. Жизненный цикл новшества: основные стадии, их характеристика и взаимосвязь.

3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 17

1. Одной из составляющих производственной системы предприятия являются следующие ресурсы

- а) общественные
- б) финансовые
- в) региональные
- г) природные

2. Одной из основных функций менеджмента является:

- а) наблюдение за ходом производства
- б) планирование
- в) издание приказов и распоряжений

3. В промышленности различаются следующие типы технологических инноваций:

- а) процессные
- б) информационные
- в) продуктовые
- г) все выше перечисленные

Билет № 18

1. Методы организации и способы ускорения инновационного процесса, их характеристика.
2. Понятие и сущность инновационного проекта. Классификация инновационных проектов и их специфика.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 18

1. Инновационный менеджер имеет дело с:
 - а) составлением бизнес-планов;
 - б) проектированием новшеств;
 - в) управлением инновационными процессами.
2. Что является специфическим содержанием инновации?
 - а) самостоятельный круг проблем;
 - б) усовершенствование технологического процесса;
 - в) изменения.
3. Однозначны ли термины «инновация» и «инновационный процесс»?
 - а) да;
 - б) нет.

Билет № 19

1. Понятие и сущность риска в инновационной деятельности. Классификация инновационных рисков и их специфика.
2. Методы и способы управления рисками в инновационной деятельности, их характеристика.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 19

1. Являются ли научно-технические разработки промежуточным результатом научно-производственного цикла?
 - а) да;
 - б) нет.
 2. Что необходимо для быстрого распространения инновации?
 - а) сплоченный творческий коллектив;
 - б) наличие идей;
 - в) развитая инфраструктура.
 3. Обязательно ли научная работа должна обладать новизной, оригинальностью, доказательностью?
 - а) да;
 - б) нет.
-

Билет № 20

1. Понятие и сущность венчурного (рискового) финансирования инновационной деятельности.
2. Понятие и сущность государственного регулирования инновационной сферы.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 20

1. К какой фазе цикла инновационного менеджмента относится руководство?
 - а) 1;
 - б) 2;
 - в) 4.
2. Могут ли фундаментальные исследования привести к отрицательному результату?
 - а) да;
 - б) нет.
3. Что из перечисленного ниже является целью фундаментальных исследований?
 - а) разработка опытного образца техники;
 - б) решение прикладных задач;
 - в) познание и развитие процесса

Билет № 21

1. Понятие и сущность государственной инновационной политики, возможные стратегии и варианты реализации, их характеристика.
2. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной сферы.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 21

1. Укажите, что из перечисленного ниже относится к инновациям на входе в предприятие?
 - а) изменение в выборе и использовании сырья и оборудования;
 - б) новая технология производства;
 - в) создание новой управленческой структуры.
2. Какие инновации учитывают сферу деятельности предприятия?
 - а) технологические;
 - б) единичные;
 - в) диффузные.
3. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация если:
 - а) охватывает технологические изменения продукта;
 - б) касается использования усовершенствованного технологического процесса;
 - в) предполагаемая область применения, функциональные характеристики или использованные материалы и компоненты существенно отличаются.

Билет № 22

1. Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ.
2. Необходимость использования инновационного менеджмента в практике управления.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 22

1. По какому принципу дана классификация инноваций на сырьевые, обеспечивающие и продуктовые?
 - а) по инновационному потенциалу;
 - б) по преемственности;
 - в) по месту в производственном цикле.
2. Относится ли к продуктовым инновациям освоение нового производства пластмассы?
 - а) да;
 - б) нет.
3. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны:
 - а) стратегические;
 - б) замещающие;
 - в) радикальные.

Билет № 23

1. Преимущества, проблемы и ограничения инновационного подхода к управлению.
2. Понятие и сущность новшества, нововведения, инновации, их взаимосвязь.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 23

1. Какие инновации характеризуют распространенность:
 - а) локальные;
 - б) открывающие;
 - в) диффузные.
2. Венчурный бизнес характерен для:
 - а) крупных фирм;
 - б) средних фирм;
 - в) малых фирм.
3. Фирмы-эксплеренты занимаются:
 - а) разработкой новшеств;
 - б) продвижением новшеств на рынок.

Билет № 24

1. Экспертиза инновационных проектов: понятие, основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
2. Процесс разработки концепции инновационного проекта: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 24

1. Имеют ли технопарки перспективы развития в России?
 - а) да;
 - б) нет.Объясните вашу позицию.
2. Фирмы-виоленты действуют в среде:
 - а) малого бизнеса;
 - б) среднего бизнеса;
 - в) крупного бизнеса.
3. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:
 - а) концерны и ассоциации;
 - б) общественные академии;
 - в) технопарки.

Билет № 25

1. Инновационный процесс: его стадии и факторы эффективности.
2. Субъекты и инфраструктура инновационной деятельности.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 25

1. К организационно-управленческим уровням инновационного менеджмента относят:
 - а) административный;
 - б) юридический;
 - в) стратегический;
 - г) тактический.
2. Роль предприятия в инновационном процессе определяется:
 - а) долей финансирования;
 - б) склонностью к рискам;
 - в) влиянием на инновационную инфраструктуру общества;
 - г) тесной связью с рынком.
3. К инновационным ресурсам предприятия относятся:
 - а) оборотные средства;
 - б) организационная культура;
 - в) технико-технологический уровень;
 - г) возможности финансирования.

Билет № 26

1. Источники и формы финансирования инновационной деятельности.
2. Финансирование инновационной деятельности: понятие, основные финансовые источники и их характеристика.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 26

1. К воспроизводственному процессу не относятся:

- а) инновационный процесс;
- б) инвестиционный процесс;
- в) научно-технический перенос;
- г) сбережение.

2. Инновацией является:

- а) новая система стимулирования;
- б) новый товар;
- в) фундаментальная научная идея;
- г) объект новой техники.

3. Инновация характеризуется:

- а) коммерциализуемостью новшества;
- б) ориентацией на удовлетворение идеальных потребностей разработчика;
- в) планируемостью;
- г) измеримостью результата.

Билет № 27

1. Процесс разработки инновационной стратегии организации: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
2. Организация инновационной деятельности: понятие, развитие и современное состояние.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 27

1. Организации, специализированные на НИОКР, деятельность которых направлена на обновление продукции, технологии и форм организации и управления относятся к следующему классификационному признаку предприятий инновационной сферы:

- а) вид специализации;
- б) виды совершенствуемых объектов;
- в) вид научно-технической продукции;
- г) характер деятельности.

2. Классификационному признаку по характеру деятельности относится инновационная организация:

- а) базирующаяся на предметном принципе;
- б) использующая научные результаты для конкретного потребителя;
- в) выполняющая НИОКР;
- г) в сфере технических наук.

3. Для оценки инновационного проекта не используются показатели:

- а) чистая текущая стоимость;
- б) чистый денежный поток;
- в) внутренний коэффициент эффективности;
- г) срок окупаемости;
- д) общий размер инвестиций и период возврата капитала;
- е) прибыльность;
- ж) платежеспособность;
- з) кредиторская задолженность.

Билет № 28

1. Понятие и сущность лизинга, его роль в перспективном финансировании инновационной деятельности.
2. Особенности организации инновационной деятельности в крупном и малом бизнесе.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 28

1. Термин «инновация» как новую экономическую категорию ввел в научный оборот ученый:
 - а) Санто Б.;
 - б) Твисс Б.;
 - в) Хучек М.;
 - г) Шумпетер.
2. На этапе максимума цикла изобретательской активности и с самого начала выпуска продукции работают фирмы:
 - а) виоленты;
 - б) коммутанты;
 - в) пациенты;
 - г) эксплеренты.
3. У фирм пациентов тип НИОКР является приспособительным:
 - а) прорывным;
 - б) отсутствующим;
 - в) улучшающим.

Билет № 29

1. Подсистема научного обеспечения инновационного менеджмента.
2. Мотивирование персонала инновационной организации.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 29

1. Риск в инновационной деятельности может быть:
 - А. Чистый.
 - Б. Спекулятивный.
 - В. Скрытый.
 - Г. Финансовый.
2. Методом оценки экономической эффективности инвестиционных проектов может быть:
 - А. Метод чистого дисконтированного дохода.
 - Б. Метод индекса доходности и рентабельности проекта.
 - В. Метод срока окупаемости.
 - Г. Метод внутренней нормы доходности.
 - Д. Метод расчета точки безубыточности проекта.
3. Функции государства в инновационной сфере это:
 - А. Аккумуляция средств.
 - Б. Стимулирование инноваций.
 - В. Координация инновационной деятельности.
 - Г. Правовое обеспечение.
 - Д. Кадровое обеспечение.

Билет № 30

1. Классификация методов инновационного менеджмента.
2. Методические основы управления рисками в инновационной организации.
3. Практическое задание

Практическое задание к билету № 30

1. Финансово-экономическими критериями инвестиционной привлекательности предприятия выступают:
 - А. Цена собственного капитала.
 - Б. Цена привлеченного капитала.
 - В. Средне-взвешенная цена капитала.
 - Г. Отрасль производства.
 - Д. Имидж предприятия.
2. Методом управления инвестиционным риском может быть:
 - А. Диверсификация.
 - Б. Передача (аутсорсинг).
 - В. Страхование.
 - Г. Хеджирование.
 - Д. Лимитирование.
3. Инновационный проект это:
 - А. Форма целевого управления инновационной деятельностью.
 - Б. Комплект документов
 - В. Новация

КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ (ГЛОССАРИЙ)

Авторское свидетельство – документ, удостоверяющий авторское право на изобретение.

Венчурное финансирование – предоставление определенной суммы денежных средств в обмен на долю в уставном капитале или некий пакет акций с целью развития конкретного бизнеса.

Виолент – тип компании, характеризующийся «силовой» стратегией. Организация-виолент занимается крупносерийным и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих запросы к качеству и удовлетворяющихся средним уровнем цен.

Государственная инновационная политика – часть государственной социально-экономической политики, направленной на совершенствование

государственного регулирования, развитие и стимулирование инновационной деятельности с целью выпуска новых видов продукции и технологии, а также расширения рынков сбыта отечественных товаров.

Диагностика инновационной деятельности предприятия представляет собой процесс всестороннего исследования состояния инновационной деятельности в статике и динамике с позиции определяющих ее факторов и составляющих элементов с целью распознавания проблемных ситуаций и предполагает постановку диагноза современного состояния и перспектив будущего развития.

Изобретение - результат научных исследований и разработок либо производственной деятельности; новое, обладающее существенными отличиями техническое решение задачи в любой области экономики, социальной сферы, обороны, являющееся продуктом интеллектуальной деятельности, техническим воплощением идеи, направленным на удовлетворение определенной потребности общества.

Изобретение - это новое, обладающее существенными отличиями техническое решение задачи в любой области народного хозяйства, социально-культурного и экономического строительства и обороны страны, дающее положительный эффект.

Инвестиции - денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Инновации (нововведения) – новшества, доведённые до внедрения или внедрённые в практическую деятельность. Инновации представляют собой новую наукоемкую продукцию, товар (услугу), технологию, новые методы управления, востребованные рынком и защищенные как объекты интеллектуальной собственности, или являющиеся секретом мастерства (ноу-хау).

Инновационная активность – интенсивность использования инновационных возможностей создания новых потребительских ценностей (продукции, технологии и т.д.) и проведения управленческих изменений.

Инновационная деятельность - вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедрённые на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы, методы управления или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. Инновационная деятельность предполагает комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям.

Инновационная деятельность предприятия – это система мероприятий по использованию научного, научно-технического и интеллектуального потенциала с целью создания инновации прикладного, технико-технологического, рыночного или организационно-управленческого характера с целью удовлетворения индивидуального и общественного спроса.

Инновационная программа - комплекс мероприятий, обеспечивающих эффективную реализацию инновационных проектов, увязанных по ресурсам участников программы и срокам.

Инновационная сфера – сфера деятельности производителей инновационной продукции (работ, услуг), включающая создание и распространение инноваций.

Инновационные возможности предприятия – это совокупность факторов внешней и внутренней среды, определяющих возможности осуществления предприятием различных видов инновационной деятельности.

Инновационный маркетинг – вид деятельности предприятия, направленный на выявление нужд и потребностей рынка и их удовлетворение путем создания инновационной продукции и услуг и открытия новых рынков.

Инновационный менеджмент – направление общего менеджмента организации, осуществляемого на высшем уровне руководства.

Инновационный потенциал предприятия - способность и готовность выполнить задачи, обеспечивающие достижение инновационных целей как глобальной стратегии предприятия.

Инновационный проект - это система взаимоувязанных целей и программ их достижения, представляющих собой комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, финансовых, коммерческих и других мероприятий, соответствующим образом увязанных по срокам, исполнителям и потребляемым ресурсам, оформленных комплектом проектной документации.

Инновационный проект - это система взаимоувязанных целей и программ их достижения, представляющих собой комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, финансовых, коммерческих и других мероприятий, соответствующим образом увязанных по срокам, исполнителям и потребляемым ресурсам, оформленных комплектом проектной документации.

Инновационный процесс – получение и коммерциализация изобретений новых технологий, видов продукции и работ, решений организационно-технического, экономического, социального или иного характера и других результатов интеллектуальной деятельности.

Инновационный процесс – это совокупность этапов, стадий, мероприятий, действий, процессов, связанных с зарождением, подготовкой, выпуском и потреблением новой продукции, созданием и практической реализацией новшеств, приводящих к коммерческому использованию продукции и технологий, обладающих научно-технической новизной и удовлетворяющих новые общественные потребности.

Инновация (нововведение) – новшество, принятое к внедрению на рынке (коммерциализация) или в практической деятельности (производство и (или) потребление).

Интеллектуальная собственность – собирательное понятие, означающее права на конкретные результаты интеллектуальной творческой деятельности

человека в любой отрасли, а также права на средства индивидуализации юридического лица, продукции, выполненные работы и услуги.

Коммутант – тип компании, ориентированный на удовлетворение местно-национальных потребностей. Организация-коммутант приспосабливается к удовлетворению небольших по объему потребностей конкретного клиента.

Комплексная подготовка производства - это особый вид деятельности, совмещающий выработку научно-технической информации с ее превращением в материальный объект - новую продукцию; процесс непосредственного приложения труда коллектива работников в целях разработки и организации выпуска новых видов продукции или модернизации изготавливаемых изделий.

Конкурентоспособность – свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке.

Малые инновационные фирмы – мелкие фирмы в области нововведений, для которых характерны следующие черты: 1) узкая специализация научных поисков и небольшая номенклатура выполняемых разработок; 2) разработка ими ведется на отдельных этапах, где не требуется больших затрат ресурсов; 3) они быстрее внедряют результаты НИОКР в производственный процесс; 4) высокая степень риска, обусловленная особенностями инновационной деятельности.

Методы экономико-математические – методы анализа и оптимизации, которые применяются для выбора наилучших, оптимальных вариантов, определяющих хозяйственные решения в сложившихся или планируемых экономических условиях.

Методы экспертные – методы прогнозирования, заключающиеся в выработке коллективного мнения группы специалистов данной области.

Методы экстраполяции – методы, основанные на прогнозировании поведения и развития объектов в будущем по тенденциям его поведения в прошлом.

Модель – условный образ объекта управления. Модели могут быть логическими, физическими, экономико-математическими.

Научно-исследовательская деятельность – это деятельность по получению, распространению и применению новых знаний.

Научно-техническая продукция - результаты интеллектуальной деятельности, имеющие коммерческое значение и реализуемые потребителю преимущественно в нематериальной форме как совокупность научно-технической информации.

Научно-технический прогресс – процесс получения новаций, начиная от зарождения идеи до ее коммерческой реализации.

Неопределенность – неполнота и неточность информации об условиях реализации инновационного проекта.

Новации (новшества) – новые идеи, законы, закономерности, принципы, методы, не доведённые до внедрения в практику.

Новация (новшество) – это обладающее новым качеством явление, продукт, метод, порядок, изобретение.

Новшество – оформленный результат фундаментальных, поисковых, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшества могут оформляться в виде: открытий; изобретений; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; ноу-хау.

Ноу-хау – технические, управленческие или другие знания и практический опыт технического, коммерческого, финансового и иного характера, представляющие коммерческую тайну, которая не оформляется патентом.

Открытие - это установление неизвестных объективно существующих закономерностей, свойств и явлений материального мира, вносящих коренные изменения в уровень познания.

Патент – документ, удостоверяющий право собственности лица на какое-либо изобретение или открытие.

Патент – охранный документ, удостоверяющий авторское право на изобретение, приоритет изобретения и исключительное право на использование изобретения в течение срока действия патента.

Пациент – тип организации, специализирующийся на узких сегментах рынка и удовлетворяющих потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств. Свои дорогостоящие товары организации-пациенты адерсуют тем, кого не устраивает стандартная продукция.

Планирование инноваций – процесс, включающий обоснованный выбор целей, определение инновационной политики, разработку мер и мероприятий, методы достижения целей, обеспечение основы для принятия последующих долгосрочных управленческих решений.

Под **инновационной восприимчивостью** следует понимать восприимчивость хозяйствующих субъектов к нововведениям, находящим отражение: в более высоком качестве, конкурентоспособности и потребительских свойствах конечной продукции по сравнению с мировым уровнем и продукцией фирм-конкурентов; в более высоком технико-экономическом уровне производства, который обеспечивает низкие издержки производства, высокое качество продукции, совершенную организацию внутрифирменного производства.

Показатель – величина, измеритель, позволяющий судить о состоянии объекта.

Полезная модель - новое техническое решение, конструктивное выполнение средств производства, предметов потребления и их составных частей; к ней не предъявляется требование высокого изобретательского уровня.

Прикладные научные исследования – научная деятельность, направленная на достижение практических результатов и решение конкретных задач.

Принцип – основное, исходное положение теории, правило деятельности организации в какой-либо сфере или правило поведения личности.

Продуктовые инновации - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги. Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе.

Продукция – результат деятельности или процессов.

Проектное финансирование - такой тип организации финансирования, когда доходы, полученные от реализации проекта, являются единственным источником погашения долговых обязательств.

Производственный процесс - комплекс трудовых процессов, направленных на изготовление продукции, заданного качества, количества, ассортимента и в установленные сроки.

Промышленный образец - новое художественно-конструкторское (дизайнерское) решение внешнего вида изделия, в котором отражается единство его технических, функциональных и эстетических свойств.

Процессные инновации - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического или управленческого процесса, способа производства (передачи) услуг, используемый в практической деятельности.

Рационализаторское предложение - это техническое решение, новое и полезное для организации, в которой подано, предусматривающее изменение конструкции изделия, технологии производства, применяемой техники или состава материалов.

Рынок инноваций – специфический рынок, предметом торговли на котором является научно-техническая продукция, инновационные товары и услуги; характеризуется уникальностью предмета торговли, индивидуальным подходом к ценообразованию и условиям договора купли-продажи.

Сертификация – деятельность третьей стороны, не зависимой от изготовителя и потребителя продукции, по подтверждению соответствия продукции установленным требованиям.

Сетевой график – полная графическая модель комплекса работ, направленных на выполнение единого задания, в которой определяется логическая последовательность работ и взаимосвязь между ними.

Субъекты инновационной деятельности - предприятия, осуществляющие разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов или услуг, технологических процессов или способов производства (передачи) услуг.

Технология – совокупность методов и средств преобразования исходных материальных ресурсов, информации в товар.

Товарный знак (знак обслуживания) - оригинально оформленное графическое изображение, сочетание цифр, букв или слов и т.п., предназначенное отличать товары или услуги одних производителей от однородных товаров или услуг других производителей.

Трансферт (передача) технологий – процесс реализации научно-технической продукции.

Финансирование инновационной деятельности – процесс формирования, использования, возврата и оплаты денежных ресурсов проведения мероприятий в рамках инновационной деятельности.

Фундаментальные научные исследования – экспериментальная и теоретическая деятельность, ориентированная на получение новых знаний об основных закономерностях развития природы и общества.

Экономический эффект – критерий принятия управленческого решения, определяемый как разность результатов реализации инновационного или инвестиционного проекта и затрат на его осуществление за нормативный срок действия проекта.