МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЕОДЕЗИИ И КАРТОГРАФИИ
(МИИГАиК)

Геодезический факультет
Кафедра управления недвижимостью и развитием территорий

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 5387FD2AF5B17FED816FDE9A1D4973B1
Владелец: Степанченко Алексей Леонидович
Действителен: с 21.07.2025 по 14.10.2026

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор
А. Л. Степанченко
16 февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «Б1.О.07 ИННОВАТИКА»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 21.04.03 Геодезия и дистанционное зондирование

Направленность(профиль) подготовки: Управление производственно-технологическими процессами

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2024

Срок получения образования: 2 года

Объем: в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

Москва, 2024

Разработчики:
Доцент кафедры Управления недвижимостью и развитием территорий, к.т.н., доцент Титова О. В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 21.04.03 Геодезия и дистанционное зондирование, утвержденного приказом Минобрнауки от 11.08.2020 № 938

Согласование и утверждение

№	Подразделение	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Геодезический факультет	Председатель ученого совета факультета	Половнев О. В.	Рассмотрено	11.12.2023, № 7/23

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

3. Место дисциплины в структуре ОП

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

5. Содержание дисциплины
   5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
   5.2. Содержание разделов, тем дисциплины и формы текущего контроля

6. Оценочные материалы текущего контроля

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

8. Порядок проведения промежуточной аттестации

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
   9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
   9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
   9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
   9.4. Оборудование и технические средства обучения

10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование и развитие навыков управления инновационной деятельностью организации (предприятия).

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с теоретическими основами организации инновационной деятельности, с актуальными современными проблемами, решаемыми данной важной отраслью экономической науки; способствовать овладению методиками, инструментами, механизмами управления инновационной деятельностью организации (предприятия) и сформировать высокий тип инновационной культуры;;
- формирование умений использования современного понятийно-категориального аппарата в области инновационной деятельности, инновационной активности предприятий и формирование представление о типах инновационного развития, организации инновационной компании, наиболее эффективных формах управления инновационной деятельностью, формах коммерциализации инноваций, методике анализа эффективности инновационного проекта, управлении инновационным проектом;ассификации и стандартов инноваций; ;
- формирование представлений о теоретических моделях инноваций, их атрибутах и признаках, функциях и формах инновационной осуществления, их стадиях и специфических особенностях, понимание основных законов и закономерностей инновационной деятельности;;
- формирование навыков сбора и анализа научно-технической, экономической информации, необходимой для оценки потенциала изучаемой технологии и принятия решения о её практическом использовании.;
- формирование навыков в соответствии с осваиваемыми компетенциями, способствующих становлению специалиста в сфере профессиональной деятельности в статусе индивидуального предпринимателя, учредителя юридического лица, государственного служащего.;
- ознакомление с теоретическими основами организации инновационной деятельности, с актуальными современными проблемами, решаемыми данной важной отраслью экономической науки; способствовать овладению методиками, инструментами, механизмами управления инновационной деятельностью организации (предприятия) и сформировать высокий тип инновационной культуры;;
- ознакомление с теоретическими основами организации инновационной деятельности, с актуальными современными проблемами, решаемыми данной важной отраслью экономической науки; способствовать овладению методиками, инструментами, механизмами управления инновационной деятельностью организации (предприятия) и сформировать высокий тип инновационной культуры;.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК*-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

ОПК*-1.1 Демонстрирует знания теории и практики управления, а также современных теорий развития менеджмента как науки

Знать:

ОПК*-1.1/Зн1 теоретические и методологические основания научных исследований и разработок, а также инновационной активности предприятий для повышения конкурентоспособности; технологии управления жизненным циклом товара (услуги);

ОПК*-1.1/Зн2 актуальные технологии и методы управления инновационными проектами и программами; механизм реализации государственной и региональной инновационной политики;

ОПК*-1.1/Зн3 основные активные и пассивные инновационные стратегии; виды инновационных организаций и способы их финансирования

Уметь:

ОПК*-1.1/Ум1 обосновать и вырабатывать технологию и механизм управления инновационными проектами и программами

ОПК*-1.1/Ум2 сформировать инновационную политику предприятия;

ОПК*-1.1/Ум3 определить оптимальный вариант и разработать стратегию инновацион-ного развития

Владеть:

ОПК*-1.1/Нв1 методиками оценки эффективности инновационных проектов

ОПК*-1.1/Нв2 методиками оценки рисков и способов их снижения;

ОПК*-1.1/Нв3 методами оценки привлекательности инвестиционного проекта

ОПК*-1.2 Обладает умением выявлять необходимость изменений в социально-экономических системах и организовывать реализацию таких изменений

Знать:

ОПК*-1.2/Зн1 актуальные технологии и методы управления инновационными проектами и программами; механизм реализации государственной и региональ-ной инновационной политики;

Уметь:

ОПК*-1.2/Ум1 сформировать инновационную политику предприятия с учетом изменений в сорциально-экономической политике

Владеть:

ОПК*-1.2/Нв1 навыки выявлять потребность в изщмененияx в социальноэкономической системе и организовать реализацию необхордимых изменений

ОПК*-1.3 Критически оценивает и обобщает имеющиеся теоретические концепции, подходы и управленческие практики

Знать:

ОПК*-1.3/Зн1 критически оценивает и обобщает теорию к управленческой практике

Уметь:

ОПК*-1.3/Ум1 умения критически оценивать теоретические корнцепции и применять на практике

Владеть:

ОПК*-1.3/Нв1 навыки обобщать теорию и практику управленческих решений

ОПК*-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

ОПК*-4.2 Владеет навыками метрик результативности и эффективности деятельности организации

Знать:

ОПК*-4.2/Зн1 актуальные технологии и методы управления инновационными проекта-ми и программами;

ОПК*-4.2/Зн2 организационно-управленческие решения, применяемые в профессиональной деятельности и принципы организации маркетинга инноваций на предприятии;

ОПК*-4.2/Зн3 методы принятия управленческих решений для оценки экономической эффективности инновационных программ и проектов

Уметь:

ОПК*-4.2/Ум1 использовать методы принятия управленческих решений в профессиональной деятельности при реализации инновационной деятельности;

ОПК*-4.2/Ум2 сформировать выбор оптимальной инновационной стратегии и оценить эффективность ее применения

ОПК*-4.2/Ум3 экономически обосновать выбор оптимальной инновационной стратегии и оценить эффективность ее применения

Владеть:

ОПК*-4.2/Нв1 навыками выбирать оптимальные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, связанной с реализацией инновационных проектов и готовность нести за них ответственность

ОПК*-4.2/Нв2 навыками выбирать оптимальные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, связанной с реализацией инновационных проектов и готовность нести за них ответственность

ОПК*-4.2/Нв3 навыками применять метрики результативности и эффективности деятельности организации к инновационной деятельности

ОПК*-4.3 Использует навыки работы по преодолению сопротивлений изменениям в целях повышения результативности проводимых проектов стратегических изменений

Знать:

ОПК*-4.3/Зн1 знает способы преодоления сопротивления изменениям для повышения эффективности

Уметь:

ОПК*-4.3/Ум1 умеет на практике преодолевать сопротивление изменениям при проведении стратегических изменений

Владеть:

ОПК*-4.3/Нв1 навыки преодоления сопротивления при реализации стратегических изменений

ОПК*-4.4 Применяет коммуникативные и лидерские навыки

Знать:

ОПК*-4.4/Зн1 знать теорию коммуникативных навыков

Уметь:

ОПК*-4.4/Ум1 уметь применять коммуникативные навыки

Владеть:

ОПК*-4.4/Нв1 навыки применения коммуникативных и лидерских навыков

ОПК*-4.5 Разрабатывает новые направления деятельности организаций и соответствующие бизнес-модели, реализуя новые рыночные возможности

Знать:

ОПК*-4.5/Зн1 разрабатывает новые направления деятельности организаций, реализуя новые рыночные возможности

Уметь:

ОПК*-4.5/Ум1 умеет на основании текущей ситуации разработать новые направления деятельности организаций с учетом новых рыночных возможностей

Владеть:

ОПК*-4.5/Нв1 навыки формирования новых направлений и бизнес-моделей для реализации новых рыночных возможностей

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.О.07 «Инноватика» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 2.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
2 семестр	144	4	36	16	56	Экзамен (36)
Всего	144	4	36	16	56	36

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Основной	**108**	**36**	**16**	**56**	ОПК*-1.1 ОПК*-1.2 ОПК*-1.3 ОПК*-4.2 ОПК*-4.3 ОПК*-4.4 ОПК*-4.5
Тема 1.1. Теории инновационного развития.	9	2	1	6	
Тема 1.2. Инновации и жизненный цикл товара.	12	4	2	6	
Тема 1.3. Управление инновационными проектами и программами.	12	4	2	6	
Тема 1.4. Маркетинг инноваций.	11	4	1	6	

Тема 1.5. Государственная инновационная политика.	10	4	2	4	
Тема 1.6. Формирование инновационной политики предприятия.	12	4	2	6	
Тема 1.7. Основные виды инновационных стратегий предприятия.	12	4	2	6	
Тема 1.8. Финансирование инновационной деятельности предприятия.	7	2	1	4	
Тема 1.9. Виды инновационных организаций.	11	4	1	6	
Тема 1.10. Методы оценки эффективности инновационных проектов.	12	4	2	6	
Итого	**108**	**36**	**16**	**56**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Основной

Тема 1.1. Теории инновационного развития.

Особенности современного развития российской экономики. Процессы глобализации и увеличение конкуренции. Формирование устойчивого развития. Определяющая роль научных исследований и разработок, а также инновационной активности предприятий в повышении конкурентоспособности национальной экономики. Основные функции инновации в общественном развитии.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.2. Инновации и жизненный цикл товара.

Новизна как важнейшее конкурентное преимущество. Основные этапы жизненного цикла продукта и их характеристика. Технологии управления жизненным циклом товара и репозиционирование. Инновационный процесс создания нового продукта

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.3. Управление инновационными проектами и программами.

Управление проектами как основная технология реализации инноваций. Понятие проекта. Разработка инновационного проекта и обеспечение его реализации. Проект как объект управления. Наблюдаемость и управляемость. Определение проекта. Планирование инновационного проекта на основе процессного подхода

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.4. Маркетинг инноваций.

Инновации как специфический товар. Особенности продвижения инноваций на рынке. Прогноз продаж нового товара или услуги. Технический маркетинг (маркетинг на ранних стадиях жизненного цикла инноваций)

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.5. Государственная инновационная политика.

Цель и задачи государственной инновационной политики. Механизм реализации государственной инновационной политики. Региональная инновационная политика. Организационные структуры, содействующие реализации инновационной политики

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.6. Формирование инновационной политики предприятия.

Основные задачи инновационной политики предприятия. Принципы реализации инновационной политики предприятия. Области деятельности предприятия, связанные с инновационной политикой предприятия. Алгоритм разработки инновационной политики предприятия

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.7. Основные виды инновационных стратегий предприятия.

Схема организации стратегического управления предприятием. Активные (технологические) и пассивные (маркетинговые) стратегии предприятия. Виды активных и пассивных стратегий

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.8. Финансирование инновационной деятельности предприятия.

Основные источники финансирования инновационной деятельности предприятий. Механизм накопления финансовых средств для инновационной деятельности. Механизм управления инвестиционными ресурсами. Венчурное финансирование. Инновационные риски и способы их снижения. Оценка эффективности инвестиционных вложений в инновационные проекты

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.9. Виды инновационных организаций.

Типы инновационных организаций. Различия, преимущества и недостатки различных инновационных организационных структур. Технопарк. Бизнес-инкубатор. Технополис

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.10. Методы оценки эффективности инновационных проектов.

Экспертиза инновационных проектов. Основ-ные методики, используемые для оценки эффективности инновационных проектов. Методы и показатели оценки эффективности инновационных проектов. Срок окупаемости проекта. Инвестиционная привлекательность инновационного проекта. Бюджетная эффективность проекта. Дисконтирование

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование
Реферат

6. Порядок проведения промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется локальными нормативными актами Университета:

- Положением о формах, периодичности, порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.6 «Организация и проведение промежуточной аттестации».
- Положением о порядке осуществления образовательного процесса, проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.8 «Проведение промежуточной аттестации с применением ЭО и ДОТ».

Промежуточная аттестация: Экзамен, 2 семестр.

7. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Основной

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК*-1.2 ОПК*-1.3 ОПК*-4.2 ОПК*-4.3 ОПК*-4.4 ОПК*-4.5*

Тема 1.1. Теории инновационного развития.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. В основе средних промышленных циклов конъюнктуры протяженностью в 7-10 лет лежит(ат)…

1. рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности
2. смена пассивной части капитала, к которой относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.
3. замена активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.

2. В основе длинных волн (или циклов) конъюнктуры протяженностью в 40-60 лет лежит(ат) …

1. смена пассивной части капитала, к которым относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.
2. замена активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.
3. рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности

3. Первая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой…

1. объемов производства и продаж
2. технологического освоения масштабного выпуска новой продукции
3. исследований и разработок по созданию нововведения-продукта
4. стабилизации объемов производства промышленной продукции

4. Вторая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой…

1. объемов производства промышленной продукции
2. исследований и разработок по созданию нововведения-продукта
3. снижения объемов производства и продаж
4. технологического освоения масштабного выпуска новой продукции

5. Короткие волны (циклы) в 3-3,5 года распространились на …

1. части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.
2. рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности.
3. смену пассивной части капитала, к которой относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.

6. В чем проявляются процессы глобализации и увеличение конкуренции?

Глобализация и усиление конкуренции проявляются в расширении мировых рынков, увеличении международной торговли и финансовых потоков, а также в росте конкуренции между компаниями из разных стран. Это приводит к стандартизации продуктов и услуг, переносу производства в страны с более дешевой рабочей силой и усилению межкультурного взаимодействия.

Расширение рынков:

Глобализация позволяет компаниям выходить на новые рынки за пределами своих стран, что увеличивает конкуренцию между ними.

Торговля и финансы:

Увеличение объемов международной торговли и финансовых потоков усиливает конкуренцию в этих сферах.

Стандартизация:

Глобализация способствует унификации стандартов в различных областях, что также усиливает конкуренцию между компаниями, работающими в этих стандартах.

Транснациональные корпорации:

Создание транснациональных корпораций, работающих во многих странах, приводит к усилению конкуренции между ними и местными компаниями.

Миграция:

Глобализация приводит к миграции рабочей силы, что может усилить конкуренцию на рынке труда.

Культурное взаимодействие:

Усиление международного общения и распространение массовой культуры также является проявлением глобализации и влияет на конкуренцию в этих сферах.

Специализация и разделение труда:

Глобализация приводит к специализации стран и регионов на определенных видах производства, что может усилить конкуренцию в определенных секторах.

7. Какую роль могут оказывать научные исследования и разработки, а также инновационная активность предприятий в повышении конкурентоспособности национальной экономики?

Научные исследования, разработки и инновационная активность предприятий играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности национальной экономики, поскольку обеспечивают создание новых продуктов, технологий и услуг, а также повышение эффективности производства. Это приводит к росту производительности труда, увеличению экспортного потенциала, улучшению качества жизни населения и укреплению позиций страны на мировой арене.
Более подробно:
Создание новых продуктов и услуг:
Научные исследования и разработки позволяют создавать принципиально новые продукты и услуги, которые могут быть востребованы на внутреннем и внешнем рынках, что способствует увеличению объемов продаж и прибыли предприятий.
Повышение эффективности производства:
Инновации, основанные на научных разработках, позволяют оптимизировать производственные процессы, снижать затраты на производство, повышать качество продукции и сокращать время на ее выпуск.
Улучшение качества жизни населения:
Новые технологии и продукты, созданные благодаря инновационной деятельности, могут повысить уровень жизни населения, улучшить качество медицинского обслуживания, образования и других сфер.
Укрепление позиций страны на мировой арене:
Высокий уровень инновационной активности способствует увеличению конкурентоспособности национальной экономики, что позволяет стране занимать более прочные позиции на мировом рынке и повышать свой международный авторитет.
Развитие человеческого капитала:
Инновационная деятельность требует квалифицированных специалистов, что способствует развитию человеческого капитала, повышению уровня образования и профессиональных навыков.
В целом, инвестиции в научные исследования, разработки и инновации являются ключевым фактором устойчивого экономического развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики.
Роль инноваций в современной экономике
Инновации способствуют увеличению прибыли. Создаются продукты более высокого качества, увеличивается количество выпущенной продукции.
Создание новых продуктов и услуг:
Научные исследования и разработки позволяют создавать принципиально новые продукты и услуги, которые могут быть востребованы на внутреннем и внешнем рынках, что способствует увеличению объемов продаж и прибыли предприятий.
Повышение эффективности производства:
Инновации, основанные на научных разработках, позволяют оптимизировать производственные процессы, снижать затраты на производство, повышать качество продукции и сокращать время на ее выпуск.
Улучшение качества жизни населения:
Новые технологии и продукты, созданные благодаря инновационной деятельности, могут повысить уровень жизни населения, улучшить качество медицинского обслуживания, образования и других сфер.
Укрепление позиций страны на мировой арене:
Высокий уровень инновационной активности способствует увеличению конкурентоспособности национальной экономики, что позволяет стране занимать более прочные позиции на мировом рынке и повышать свой международный авторитет.
Развитие человеческого капитала:
Инновационная деятельность требует квалифицированных специалистов, что способствует развитию человеческого капитала, повышению уровня образования и профессиональных навыков.
В целом, инвестиции в научные исследования, разработки и инновации являются ключевым фактором устойчивого экономического развития и повышения конкурентоспособности

национальной экономики.

8. Перечислите основные функции инноваций.

Основные функции инноваций включают воспроизводственную, инвестиционную и стимулирующую. Воспроизводственная функция означает, что инновации служат источником финансирования расширенного воспроизводства за счет прибыли, полученной от их внедрения. Инвестиционная функция заключается в использовании прибыли от инноваций для финансирования новых проектов и развития. Стимулирующая функция заключается в том, что инновации стимулируют предпринимательскую деятельность, повышают эффективность и конкурентоспособность.

Более подробно, основные функции инноваций можно описать следующим образом:

Воспроизводственная функция:

Инновации обеспечивают финансирование расширенного воспроизводства, то есть увеличения производства и развития. Прибыль, полученная от успешных инноваций, может быть реинвестирована в новые проекты, что способствует дальнейшему росту и развитию.

Инвестиционная функция:

Инновации стимулируют инвестиционную деятельность, так как успешное внедрение новых продуктов или технологий часто требует значительных инвестиций. Прибыль от инноваций может быть использована для финансирования новых инвестиционных проектов, что способствует экономическому росту.

Стимулирующая функция:

Инновации стимулируют предпринимательскую деятельность, заставляя компании искать новые и более эффективные способы производства и ведения бизнеса. Это может приводить к повышению конкурентоспособности, созданию новых рабочих мест и увеличению прибыли.

Дополнительные функции инноваций:

Функция обновления:

Инновации позволяют обновлять продукты, услуги и процессы, что способствует повышению их качества и эффективности.

Функция роста:

Инновации могут создавать новые рынки и возможности для роста, как для отдельных компаний, так и для экономики в целом.

Функция повышения конкурентоспособности:

Внедрение инноваций позволяет компаниям выделиться на фоне конкурентов и занять лидирующие позиции на рынке.

Функция повышения эффективности:

Инновации могут приводить к оптимизации процессов, снижению издержек и повышению производительности.

Функция удовлетворения потребностей:

Инновации могут приводить к созданию новых продуктов и услуг, которые лучше отвечают потребностям потребителей.

Функция решения проблем:

Инновации могут быть использованы для решения различных проблем, как экономических, так и социальных.

Инновации: виды, значение и роль в развитии современной экономики

9. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Первая фаза…

1. связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
2. приходится на отмирание устаревающего технологического уклада
3. приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада

10. Четвертая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой…

1. исследований и разработок по созданию нововведения-продукта
2. снижения объемов производства и продаж
3. стабилизации объемов производства промышленной продукции
4. технологического освоения масштабного выпуска новой продукции

11. Инновационная деятельность в сфере прикладных НИР технологического профиля направлена на …

1. создание интеллектуального продукта
2. создание и развитие нововведений – процессов
3. обобщение потенциала научных знаний

12. Основа материального производства

1. научное знание
2. материально-техническая база
3. человек
4. капитал

13. После поисковых НИР проводится (ятся) …

1. прикладные исследования и разработки
2. проектно-технические работы
3. разработка конструкторской документации

14. На четвертом этапе осуществляется …

1. создание образцов новой продукции и проведение экспериментов
2. формирование источников финансирования
3. процесс коммерциализации нововведения от запуска в производство и выхода на рынок и далее по основным фазам жизненного цикла товара

Тема 1.2. Инновации и жизненный цикл товара.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Внедрение инноваций связано с получением различных видов полезного эффекта, в том числе:

а) научно-техническим, экономическим, социальным, экологическим
б) процесс-инновациями, продукт-инновациями, организационными инновациями
в) социальным, рыночным и организационным
г) биржевым и внебиржевым
д) виалентным, патиентным, эксплерентным.

2. Инновация - это...

а) это конечный результат интеллектуального творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного товара, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте
б) это деятельность, направленная на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом
в) это совокупность различных видов ресурсов, включая финансовые, трудовые, сырьевые.

3. Какие свойства инновации являются основными:

а) научно-техническая новизна, производственная применимость, адаптивность
б) адаптивность, целенаправленность, научно-техническая новизна
в) научно-техническая новизна, производственная применимость, коммерческая реализуемость
г) рыночная новизна, наличие спроса, способность приносить прибыль.

4. Жизненный цикл инновации охватывает следующий период времени:
а) от начала научных исследований до завершения периода массового про-изводства
б) от создания новшества до его потребления
в) от зарождения идеи у новатора до освоения и использования иннова-ции у потребителя-инноватора.

5. В современной теории инноватики различают следующие виды инновации:
а) виолентные, патиентные, эксплерентные, коммутантные.
б) научно-исследовательские, технические
в) социальные, рыночные, организационные
г) продуктовые инновации, процессные инновации, организационные ин-новации, маркетинговые инновации.

6. Формами инновационного процесса являются:
а) простой внутриорганизационный, простой межорганизационный, расширенный
б) простой, натуральный, товарный
в) простой, сложный, расширенный.

7. Инновационный процесс начинается со следующего этапа:
а) создание нового продукта
б) опытно-конструкторские и экспериментальные разработки
в) исследования фундаментального и прикладного характера
г) коммерциализация.

8. В современном инновационном менеджменте существуют следующие формы организации инновационной деятельности:
а) последовательная, параллельная, интегральная
б) виалентная, патиентная, эксплерентная
в) социальная, рыночная, организационная
г) научно-техническая, экономическая, социальная, экологическая.

9. Принято различать следующие этапы становления малой инновационной компании:
а) последовательный, параллельный и интегральный
б) научно-исследовательский, технический
в) социальный, рыночный, организационный
г) доинвестиционный, инвестиционный, постинвестиционный.

10. Объект, который НЕ может быть признан изобретением:
а) новая методика
б) новое устройство
в) новая технология
г) новое вещество.

11. Что такое жизненный цикл инновации?

Жизненный цикл инновации - это период времени, в течение которого инновация проходит путь от идеи до её реализации, распространения и, в конечном итоге, выхода из использования, принося пользу (например, прибыль). Это включает в себя все этапы, начиная с разработки новой идеи и заканчивая снятием инновационного продукта с производства, если это необходимо.

Жизненный цикл инновации можно представить как последовательность этапов:

1. Зарождение (идея):

Возникновение новой идеи, концепции или решения, которое может быть реализовано в виде инновации.

2. Разработка:

Процесс создания прототипа, тестирования и доработки инновации, чтобы сделать её жизнеспособной.

3. Внедрение:

Вывод инновации на рынок, начало её производства и продаж.

4. Рост:

Постепенное увеличение спроса на инновацию, расширение её применения и увеличение объемов производства.

5. Зрелость:
Период, когда инновация достигает пика своей популярности и эффективности, рынок стабилизируется.
6. Спад:
Уменьшение спроса на инновацию, появление более новых и совершенных аналогов, что приводит к снижению прибыльности и, в конечном итоге, к снятию инновации с производства.
Жизненный цикл инновации является важным инструментом для понимания динамики технологического развития и принятия решений о необходимости обновления или усовершенствования существующих инноваций.

12. Как можно охарактеризовать понятие - конкурентное преимущество?

Конкурентное преимущество - это уникальные характеристики, ресурсы или способности компании, которые позволяют ей превосходить конкурентов в определенной области. Эти преимущества могут проявляться в различных аспектах, таких как низкие цены, высокое качество продукции, превосходный сервис, инновационные технологии или сильный бренд. Основная цель конкурентного преимущества - обеспечить компании устойчивое положение на рынке, увеличение доли рынка и рост прибыльности.
Более подробно:
Конкурентное преимущество можно рассматривать как совокупность факторов, которые делают компанию более привлекательной для клиентов, чем ее конкуренты. Оно может быть как явным, например, низкая цена, так и скрытым, например, уникальная технология производства. Важно, чтобы конкурентное преимущество было устойчивым, то есть сохранялось в течение длительного времени и не могло быть легко скопировано конкурентами.
Примеры конкурентных преимуществ:
Ценовое лидерство:
Компания предлагает товары или услуги по более низким ценам, чем конкуренты.
Дифференциация:
Компания предлагает уникальные товары или услуги, которые отличаются от предложений конкурентов по качеству, дизайну, функциональности или другим характеристикам.
Специализация:
Компания специализируется на определенной нише рынка, предлагая товары или услуги, которые лучше соответствуют потребностям конкретной группы клиентов.
Инновации:
Компания постоянно внедряет новые технологии, продукты или бизнес-процессы, что позволяет ей опережать конкурентов.
Локация:
Удачное расположение магазина или офиса может быть конкурентным преимуществом.
Качество обслуживания:
Высокий уровень обслуживания клиентов может стать важным конкурентным преимуществом.
Сильный бренд:
Узнаваемый и уважаемый бренд может привлечь больше клиентов и повысить лояльность.
В итоге, конкурентное преимущество – это ключ к успеху в конкурентной среде. Компании, которые умеют эффективно определять и использовать свои конкурентные преимущества, имеют больше шансов на долгосрочное процветание.

13. В чем заключаются технологии управления жизненным циклом товара и репозиционирования?

Технологии управления жизненным циклом товара (PLM) и репозиционирование направлены на максимизацию ценности продукта на протяжении всего его существования, от идеи до утилизации. PLM охватывает управление информацией о продукте на всех этапах, а репозиционирование – изменение восприятия продукта потребителем для продления его жизненного цикла.
Управление жизненным циклом товара (PLM) - это комплексный подход к управлению всей

информацией о продукте и связанных с ним процессами на протяжении всего его жизненного цикла. PLM включает в себя:
Разработку и проектирование:
PLM помогает оптимизировать процессы разработки, обеспечивая совместную работу над проектом и эффективное управление данными.
Производство:
PLM интегрируется с производственными системами, обеспечивая более эффективное производство, сокращая время выхода на рынок и снижая затраты.
Эксплуатацию и обслуживание:
PLM помогает в управлении информацией о продукте в процессе эксплуатации, обеспечивая доступ к необходимой документации и истории обслуживания.
Утилизацию:
PLM способствует эффективной утилизации продукта, учитывая экологические аспекты и требования к переработке.
Репозиционирование товара - это процесс изменения восприятия продукта потребителями, часто с целью продления его жизненного цикла. Это может включать:
Изменение целевой аудитории:
Например, продукт, изначально предназначенный для молодежи, может быть перепозиционирован для старшей возрастной группы.
Изменение позиционирования:
Например, продукт может быть переведен из категории "дешевых" в категорию "высококачественных".
Изменение способов использования:
Например, продукт может быть предложен для новых областей применения.
В целом, PLM и репозиционирование тесно связаны. PLM предоставляет необходимую информацию и инфраструктуру для эффективного управления жизненным циклом товара, а репозиционирование может быть использовано для продления жизненного цикла продукта, когда он находится в стадии зрелости или спада. Таким образом, эти технологии позволяют компаниям максимизировать прибыль и ценность своих продуктов на протяжении всего их существования.
Жизненный цикл товара — все, что вам нужно о нем знать
Жизненный цикл товара — это период времени, на протяжении которого продукт находится на рынке: внедрение товара, насыщение рынка,

14. Как осуществляется инновационный процесс создания нового продукта?

Инновационный процесс создания нового продукта — это многоэтапный процесс, который начинается с идеи и заканчивается выводом продукта на рынок, а также его последующим развитием и совершенствованием. Он включает в себя исследования, разработку, тестирование, производство и продвижение продукта, а также анализ результатов его внедрения.
Вот основные этапы инновационного процесса:
1. Поиск и генерация идей:
На этом этапе происходит выявление потребностей рынка, генерирование идей для новых продуктов, оценка их потенциала и соответствия возможностям компании.
2. Разработка концепции продукта:
Идеи, прошедшие отбор, получают детальную проработку, формируется концепция продукта, определяются его основные характеристики, целевая аудитория, конкурентные преимущества.
3. Разработка прототипа и MVP:
Создается прототип, который может быть как физическим, так и виртуальным, а также минимально жизнеспособный продукт (MVP) для тестирования основных функций и проверки гипотез.
4. Дизайн и проектирование:
Разрабатывается внешний вид продукта, его эргономика, пользовательский интерфейс, а также производственный процесс.
5. Тестирование:
Проводится тестирование продукта на разных этапах, включая юзабилити-тестирование,

тестирование производительности, тестирование на соответствие требованиям, а также тестирование рыночного спроса.
6. Производство и запуск:
Начинается подготовка к производству, создаются производственные мощности, налаживается цепочка поставок, проводятся маркетинговые мероприятия, и продукт выводится на рынок.
7. Анализ результатов и совершенствование:
После запуска продукта проводится анализ его продаж, отзывов пользователей, выявляются слабые места и возможности для улучшения, что позволяет оптимизировать продукт и адаптировать его к меняющимся требованиям рынка.
Инновационный процесс – это не просто создание нового продукта, но и непрерывное улучшение и развитие, которое происходит в течение всего жизненного цикла продукта.

Тема 1.3. Управление инновационными проектами и программами.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Инновационный проект, направленный на реализацию инноваций во внутренней среде организации, - ... проект
а) реинжиниринговый
б) исследовательский
в) венчурный

2. Скорость реализации экстремального проекта должна быть ...
а) низкой
б) умеренной
в) высокой

3. В методологии нетрадиционного управления проектами используется метод критического пути с дополнением ...
а) большего числа задач
б) двойного критического пути
в) вариантности

4. Команда проекта - это ...
а) совокупность специалистов различного уровня подготовки и спецификации, работающих над реализацией проекта
б) группа непосредственно подчиненных руководителю проекта менеджеров и специалистов, работающая над осуществлением проекта
в) группа специалистов высокого уровня, работающих над реализацией проекта

5. Фазы жизненного цикла инновационного проекта:
а) предпроектная, концептуальная, реализации, завершения
б) предпроектная, концептуальная, подготовительная, реализации, завершения, постпроектная
в) предынвестиционная, инвестиционная, эксплуатационная

6. Участниками инновационного проекта являются ...
а) директор завода, управляющий проектом, контрагенты, конкуренты, подрядчики, адвокат, специалисты, рабочие
б) заказчик, проектировщик, управляющий, команда проекта и директор компании
в) заказчик, инвестор, проектировщик, подрядчик, поставщик, руководитель проекта и команда проекта

7. К инструментам традиционного проектного управления, используемым в инновационных проектах, можно отнести
а) еженедельные отчеты установленной формы
б) метод «создания волн»
в) сетевое моделирование и метод PERT

8. Процесс - это ...
а) составляющая проекта
б) совокупность операций
в) совокупность операций, объединенных целевой установкой

9. Резервирование ресурсов в нетрадиционном управлении проектами определяется при помощи ...
а) методов мозгового штурма, мозговой атаки, определения расходов, прогнозирования запа-сов
б) специальных формул для выявления резерва ресурсов
в) качественной и количественной оценки рисков, вероятности их возникновения и степени влияния на проект

10. Основной чертой, отличающей инновационный проект от экстремального, является ...
а) создание инновации
б) скорость реализации
в) применение высокотехнологичного оборудования

11. Что такое управление проектами и инновационными программами?

Управление проектами - это процесс применения знаний, навыков, инструментов и методов к проектной деятельности для достижения целей проекта в рамках заданных ограничений. Управление инновационными программами, в свою очередь, представляет собой более широкое понятие, включающее в себя серию взаимосвязанных инновационных проектов, направленных на достижение стратегических целей организации.
Управление проектами включает в себя следующие ключевые аспекты:
Планирование:
Определение целей, задач, сроков, ресурсов и рисков проекта.
Организация:
Распределение ролей и ответственности, создание структуры команды, управление коммуникациями.
Исполнение:
Реализация запланированных мероприятий, управление ресурсами, контроль качества.
Мониторинг и контроль:
Отслеживание прогресса, выявление отклонений, принятие корректирующих мер.
Завершение:
Закрытие проекта, оценка результатов, архивирование документации.
Управление инновационными программами в дополнение к вышеперечисленному включает в себя:
Идентификация и отбор инновационных идей:
Оценка потенциала инноваций, выбор наиболее перспективных проектов.
Стратегическое планирование инноваций:
Определение целей, направлений и приоритетов инновационной деятельности.
Формирование портфеля инновационных проектов:
Согласование взаимосвязанных проектов, управление ресурсами на уровне программы.
Оценка эффективности инновационной деятельности:
Анализ результатов, выявление уроков, корректировка стратегии.
В целом, управление проектами является фундаментальным инструментом для достижения поставленных целей, а управление инновационными программами позволяет организациям развиваться и адаптироваться к изменяющимся условиям.

12. Каким образом выглядит технология реализации инноваций?

Технология реализации инноваций включает в себя ряд последовательных этапов, начиная от зарождения идеи и заканчивая её внедрением и распространением. Этот процесс включает в себя маркетинговые исследования, генерацию идей, разработку, производство и, наконец, вывод на рынок.
Вот более детальное описание этапов реализации инноваций:

1. Генерация идей и отбор:
Первый этап - это выявление потребностей рынка и поиск новых идей, которые могут удовлетворить эти потребности. Далее следует этап оценки и отбора наиболее перспективных идей, часто с использованием различных методов, таких как мозговой штурм, анализ рыночных трендов и конкурентной среды.
2. Разработка и исследования:
На этом этапе происходит разработка прототипов, проведение технических и экономических экспертиз, а также научно-исследовательские работы. Важно убедиться, что инновация технически осуществима и экономически целесообразна.
3. Производство и внедрение:
Следующий шаг - это подготовка производства, включая разработку производственного процесса, закупку необходимого оборудования и обучение персонала. После этого происходит выпуск и внедрение инновации на рынок.
4. Маркетинг и распространение:
После внедрения инновации на рынок необходимо ее продвижение, проведение маркетинговых кампаний и обеспечение обратной связи от потребителей. Важным этапом является также диффузия инновации, то есть её распространение среди целевой аудитории.
5. Оценка эффективности:
Наконец, необходимо оценить экономическую эффективность инновации, чтобы определить ее успех и выявить возможности для дальнейшего улучшения.
Инновации могут быть как продуктовыми (новые товары или услуги), так и процессными (новые способы производства или оказания услуг). Внедрение инноваций может быть дополнением к существующим процессам или приводить к полному изменению старых подходов. Разные типы инноваций могут требовать различных подходов к реализации.
Ключевыми аспектами успешной реализации инноваций являются:
Четкое понимание потребностей рынка,
Наличие достаточных ресурсов и компетенций,
Эффективное управление проектами,
Готовность к изменениям и адаптации,
Поддержка со стороны руководства и сотрудников.

13. Как осуществляется разработка инновационного проекта и дальнейшее обеспечение его реализации?

Разработка и реализация инновационного проекта – сложный процесс, состоящий из нескольких этапов. Он включает в себя: разработку концепции, планирование, непосредственную реализацию и завершение. Обеспечение успешной реализации требует чёткого планирования, ресурсов, управления рисками и гибкости в подходе.
Этапы разработки и реализации инновационного проекта:
1. Разработка концепции (миссии):
Определение цели проекта, его уникальности (инновационности) и целевой аудитории. На этом этапе выявляются потребности, которые будет удовлетворять проект, и проводится анализ рынка.
2. Планирование:
Разработка детального плана реализации, включая задачи, сроки, бюджет, ресурсы и риски. Определяются необходимые технологии, оборудование и персонал. Составляется бизнес-план, проводится технико-экономическое обоснование.
3. Реализация:
Непосредственное выполнение запланированных задач, управление ресурсами, контроль качества и сроков. Внедрение инноваций в производство, маркетинг и продажи.
4. Завершение:
Оценка результатов, выявление уроков, подготовка отчетов и переход к следующему этапу развития. В случае успешной реализации, выход на рынок и дальнейшее развитие проекта, расширение производства и продаж.
Обеспечение реализации:
Четкое планирование и организация:
Разработка детального плана, распределение задач и ресурсов, установление четких сроков.

Ресурсное обеспечение:
Обеспечение проекта необходимыми ресурсами, включая финансирование, оборудование, материалы и персонал.
Управление рисками:
Идентификация и оценка потенциальных рисков, разработка мер по их минимизации.
Гибкость и адаптивность:
Способность адаптироваться к изменяющимся условиям и вносить коррективы в план при необходимости.
Команда проекта:
Формирование высококвалифицированной и мотивированной команды, способной эффективно работать над проектом.
Мониторинг и контроль:
Постоянный контроль за ходом реализации проекта, оценка промежуточных результатов и выявление отклонений от плана.
Эффективная коммуникация:
Поддержание постоянной связи между всеми участниками проекта, обеспечение прозрачности информации.
Инновационные проекты часто сопряжены с рисками, поэтому важна адаптивность и гибкость в подходе, а также способность быстро реагировать на изменяющиеся условия.

14. Кто и как осуществляет планирование инновационного проекта?

Планирование инновационного проекта осуществляется группой специалистов, включающей как научных работников и исследователей, так и производственный и административно-хозяйственный персонал. Этот процесс включает в себя несколько этапов, начиная с разработки концепции проекта и заканчивая его реализацией и завершением.
Кто осуществляет планирование:
Научные работники:
Проводят исследования, разрабатывают новые идеи и концепции.
Научно-технический и вспомогательный персонал:
Участвуют в разработке технических решений и обеспечении проекта.
Производственный персонал:
Занимается вопросами организации производства и внедрения инноваций.
Административно-хозяйственный персонал:
Обеспечивает организационную и финансовую поддержку проекта.
Как осуществляется планирование:
1. Разработка концепции проекта:
Определение целей, задач и основных направлений инновационной деятельности.
2. Планирование проекта:
Разработка подробного плана действий, включающего организационные, экономические, технологические и правовые аспекты.
3. Определение ресурсов:
Планирование необходимых ресурсов (финансовых, материальных, кадровых).
4. Оценка рисков:
Анализ потенциальных рисков и разработка мер по их минимизации.
5. Установление показателей:
Определение ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки результатов проекта.
6. Разработка бизнес-плана:
Подробное описание проекта, включая финансовые расчеты, маркетинговый план и стратегию реализации.
7. Реализация проекта:
Поэтапное выполнение запланированных мероприятий.
8. Контроль и оценка результатов:
Регулярный мониторинг выполнения проекта и оценка его эффективности.
9. Завершение проекта:

Анализ результатов, подведение итогов и подготовка к возможному тиражированию.
В целом, планирование инновационного проекта – это сложный процесс, требующий участия различных специалистов и четкого соблюдения этапов.

15. Что такое процессный подход при реализации инноваций?

Процессный подход при реализации инноваций предполагает управление инновационной деятельностью как совокупностью взаимосвязанных бизнес-процессов. Это означает, что инновации рассматриваются не как отдельные изолированные проекты, а как часть непрерывной системы процессов, направленных на создание, внедрение и распространение новых идей, продуктов, услуг или технологий.
Инновации становятся частью бизнес-процессов.
Вместо отдельных инновационных проектов, инновации интегрируются в текущие операционные процессы, что обеспечивает их непрерывное развитие и внедрение.
Выделяются и оптимизируются процессы, связанные с инновациями.
Определяются и анализируются процессы, связанные с генерацией идей, исследованиями, разработкой, тестированием, внедрением, а также оценкой результатов.
Внедряется система управления инновационными процессами.
Определяются владельцы процессов, устанавливаются критерии оценки, обеспечивается прозрачность и контроль.
Стимулируется культура инноваций.
Процессный подход способствует созданию среды, в которой сотрудники активно участвуют в процессе инноваций, а новые идеи поощряются и внедряются.
Обеспечивается гибкость и адаптивность.
Процессный подход позволяет быстро реагировать на изменения внешней среды и адаптировать инновационные процессы к новым условиям.
В итоге, процессный подход при реализации инноваций способствует более эффективному, непрерывному и управляемому процессу внедрения инноваций, повышая конкурентоспособность организации.

Тема 1.4. Маркетинг инноваций.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Обзоры рынков, публикуемые в интернете, относятся к

А) вторичным внутренним источникам информации
Б) полевым источникам информации (проводят люди, непосредственно связанные и ре-шающие проблемы. Результат полевого исследования — информация, которую можно использовать для решения проблем, увеличения прибыли, снижения издержек, улучшения сервиса или иных положительных изменений в компании
В) вторичным внешним источникам информации
Г) первичным источникам

2. Метод поиска и внедрения наиболее успешных инноваций на всех уровнях пред-приятия с целью увеличения его конкурентоспособности – это:

А) совместный анализ
Б) конкурентный анализ
В) бенчмаркинг

3. Система анализа маркетинговой информации включает в себя

А) систему маркетинговой информации
Б) базы данных
В) базу моделей
Г) банк методов и моделей

4. Какой из методов маркетинговых исследований на рынке B-2-B является наименее затратным?

А) опросы по почте
Б) пробный маркетинг фокус-группы
В) кабинетное исследование

5. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:
А) отсутствия результата в установленные сроки
Б) отторжения рынком
В) отказа в сертификации результата

6. Маркетинговые исследования – это:
А) глубокое изучение теории и практики маркетинга
Б) научная разработка типовых программ управления некоторыми рыночными процессами
В) исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга

7. Первый шаг в проведении маркетинговых исследований – это:
А) определение выборки исследования
Б) определение бюджета маркетинговых исследований
В) определение проблемы и цели маркетингового исследования
Г) выбор методов исследования

8. Для выбора между альтернативными вариантами характеристик продукта, упаков-ки, целевой аудитории и стратегии ценообразования используется:
А) бенчмаркинг
Б) конкурентный анализ
В) фокус-группа
Г) совместный анализ

9. Конкурентоспособность товара – это:
А) закономерность, состоящая в стремлении придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях, заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях
Б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими
В) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя

10. Дифференциация продукта – это:
А) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей
Б) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не зани-мают полностью совпадающую рыночную нишу
В) универсальный приём ценовой конкуренции
Г) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства

11. В чем заключаются особенности продвижения инноваций на рынке?
Продвижение инноваций на рынке характеризуется рядом особенностей, включая необходимость формирования спроса на новый продукт, работу с риском восприятия новизны и сложностью прогнозирования поведения потребителей. Важно учитывать высокий уровень неопределенности, ограниченное количество покупателей, новизну рынка для организации, а также неэластичность рынка.
основные особенности продвижения инноваций на рынке:
Формирование спроса:
Инновации часто требуют создания спроса, так как потребители могут не знать о существовании или пользе нового продукта.
Преодоление "пропасти между инноваторами и ранними последователями":
Необходимо донести ценность инновации до широкой аудитории, что может потребовать значительных усилий.
Сложность прогнозирования:
Поведение потребителей в отношении инноваций может быть труднопредсказуемым, что затрудняет планирование и реализацию маркетинговых кампаний.
Ограниченное количество покупателей и продавцов:

Рынок инноваций может быть относительно небольшим на начальном этапе, что требует более точного таргетирования и стратегий продвижения.
Неэластичность спроса:
Ценовые колебания могут не так сильно влиять на объем продаж инновационного продукта, как на традиционные.
Акцент на демонстрации ценности:
Необходимо показать, какие преимущества дает инновация по сравнению с существующими решениями.
Использование различных каналов продвижения:
Эффективное продвижение может потребовать использования широкого спектра каналов, включая онлайн и офлайн платформы.
Построение стратегических партнерств:
Сотрудничество с другими компаниями и организациями может помочь в продвижении инноваций.
Управление жизненным циклом инновации:
Маркетинг инноваций должен учитывать все этапы жизненного цикла продукта, от запуска до зрелости.
Позиционирование инновации:
Необходимо четко определить, чем инновация отличается от конкурентов и какие выгоды она приносит.
В целом, продвижение инноваций требует комплексного подхода, который включает в себя не только традиционные маркетинговые инструменты, но и специфические стратегии, направленные на преодоление барьеров восприятия новизны и формирование спроса.

12. Как формируется прогноз продаж нового товара или услуги?

Прогноз продаж для нового товара или услуги формируется на основе анализа различных факторов и применения методов прогнозирования. В первую очередь, учитываются данные о целевой аудитории, конкурентной среде, рыночных тенденциях и стратегии продвижения. Далее, применяются методы, такие как экспертные оценки, статистические методы (например, скользящее среднее, экспоненциальное сглаживание) или моделирование, в зависимости от доступности данных и специфики товара/услуги.
Основные этапы формирования прогноза:
1. Определение целевой аудитории и ее потребностей:
Понимание того, кто будет покупать новый продукт, является ключевым. Анализ демографических данных, потребительских предпочтений и покупательской способности помогает оценить потенциальный спрос.
2. Анализ конкурентной среды:
Изучение конкурентов, их продуктов, ценовых стратегий и долей рынка позволяет определить место нового товара на рынке и оценить его конкурентоспособность.
3. Оценка рыночных тенденций:
Исследование общих тенденций в отрасли, технологических изменений и экономических факторов, которые могут повлиять на спрос на новый продукт.
4. Выбор методов прогнозирования:
В зависимости от наличия данных и специфики продукта, выбирается наиболее подходящий метод прогнозирования. Это может быть экспертная оценка, статистические методы или моделирование.
5. Сбор и анализ данных:
Для выбранного метода прогнозирования собираются необходимые данные. Это могут быть данные о прошлых продажах, маркетинговых кампаниях, отзывах клиентов и другая информация.
6. Формирование прогноза:
На основе собранных данных и выбранного метода прогнозирования формируется прогноз продаж на определенный период времени (например, на год, квартал или месяц).
7. Корректировка прогноза:
После запуска продукта и получения данных о реальных продажах, прогноз может корректироваться, чтобы повысить его точность.

Примеры методов прогнозирования:
Метод экспертных оценок:
Используется, когда нет достаточного количества исторических данных. Эксперты, на основе своего опыта и знаний рынка, оценивают потенциальный спрос.
Метод скользящего среднего:
Позволяет сгладить колебания продаж и выявить общую тенденцию, используя среднее значение продаж за определенный период времени.
Метод экспоненциального сглаживания:
Учитывает данные за разные периоды времени, придавая больший вес более свежим данным.
Моделирование:
Позволяет учесть множество факторов, влияющих на продажи, и предсказать их изменение во времени.
Важно: Прогноз продаж должен быть измеримым и коммерчески применимым, то есть, содержать конкретные цифры и данные, которые можно использовать для принятия управленческих решений.

13. Что означает технический маркетинг (маркетинг на ранних стадиях жизненного цикла инноваций)

Технический маркетинг, или маркетинг на ранних стадиях жизненного цикла инноваций, фокусируется на продвижении продуктов или услуг на ранних стадиях их разработки и внедрения на рынок. Он подразумевает работу с минимально жизнеспособным продуктом (MVP) и активное изучение целевой аудитории для понимания ее потребностей и предпочтений.
Основные задачи технического маркетинга:
Поиск и изучение целевой аудитории:
Определение потенциальных клиентов и их потребностей, связанных с инновационным продуктом.
Тестирование продукта на ранних стадиях:
Выявление сильных и слабых сторон продукта, сбор обратной связи для улучшения.
Определение наиболее эффективных каналов продвижения:
Выбор оптимальных способов донесения информации о продукте до целевой аудитории.
Формирование спроса:
Создание интереса и ожиданий у потребителей до официального запуска продукта.
Разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP):
Создание базовой версии продукта для тестирования на ранних стадиях.
Отличия от традиционного маркетинга:
Технический маркетинг отличается от традиционного маркетинга тем, что он работает с инновациями на ранних этапах, когда продукт еще не сформирован окончательно и существует много неизвестных. Он требует более глубокого понимания технологий и более гибкого подхода к продвижению. В то время как традиционный маркетинг часто фокусируется на уже существующих продуктах, технический маркетинг направлен на формирование спроса и создание рынка для новых, зачастую революционных идей.
В заключение, технический маркетинг – это важный этап в жизненном цикле инноваций, позволяющий компаниям эффективно выводить на рынок новые продукты и услуги, основываясь на глубоком понимании потребностей целевой аудитории и технических аспектов продукта.
Содержание и соотношение понятий: маркетинг инноваций ...

14. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предло-жение ведется за счет:

А) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности

Б) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности

В) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену

15. Качество товара – это:
А) способность товара выполнять свое функциональное назначение
Б) отсутствие у товара видимых дефектов
В) набор необходимых функциональных характеристик товара, предназначенных потребителями обязательными

Тема 1.5. Государственная инновационная политика.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Качество товара – это:
А) способность товара выполнять свое функциональное назначение
Б) отсутствие у товара видимых дефектов
В) набор необходимых функциональных характеристик товара, предназначенных потребителями обязательными

2. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества означает:
А) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей
Б) улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем
В) устранение недостатков и усиление преимуществ продукции

3. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?:
А) А. Литл
Б) М. Портер
В) Ф. Котлер
Г) И. Ансофф

4. В группу технических параметров, используемых для оценки конкурентоспособности, обычно относят:
А) показатели веса, объема, размера
Б) соотношение «цена – качество»
В) показатели назначения, надежности, эргономические и эстетические

5. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:
А) устранение недостатков и усиление преимуществ продукции
Б) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей
В) улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем

6. Главным элементом на рынке конкуренции является:
А) потребитель
Б) конкурент
В) реклама
Г) товар

7. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
А) издержки производства и сбыта
Б) полезный эффект и цена потребления
В) продажная цена товара и полезный эффект от его использования
В) потребительская новизна товара

8. Наименее эффективный способ завоевания положения на рынке для проведения своей собственной ценовой политики – это:
А) специализация на определенном сегменте рынка
Б) дифференциация своего собственного продукта
В) получение преимущества по затратам перед конкурентами
Г) относительно большие затраты на рекламу

9. Можно ли, повысив цену на товар, увеличить спрос на него:
А) можно, если это товар повседневного спроса
Б) нельзя
В) можно, если это престижный товар
Г) можно всегда

10. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности:
А) прямая конкуренция
Б) ценовая конкуренция
В) неценовая конкуренция
Г) недобросовестная конкуренция

11. Как формируется Цель и задачи государ-ственной инновационной политики?

Государственная инновационная политика формируется на основе долгосрочных концепций социально-экономического развития страны и направлена на создание благоприятных условий для развития инновационной деятельности, повышения конкурентоспособности отечественной продукции и улучшения качества жизни населения. Основная цель – это формирование экономической, правовой и организационной среды, способствующей внедрению инноваций в производство и социальную сферу.
Основные цели государственной инновационной политики:
Создание условий для инновационной деятельности:
Обеспечение экономических, правовых и организационных рамок, необходимых для развития инноваций.
Повышение конкурентоспособности:
Улучшение производства и конкурентоспособности отечественных товаров и услуг за счет внедрения новых технологий.
Стимулирование инновационной активности:
Содействие активизации инновационной деятельности и развитию предпринимательства в инновационной сфере.
Эффективное использование ресурсов:
Расширение государственной поддержки инноваций и повышение эффективности использования государственных средств, направляемых на эти цели.
Взаимодействие субъектов инновационной деятельности:
Содействие расширению сотрудничества между различными регионами и организациями в инновационной сфере.
Поддержка экспорта инновационной продукции:
Содействие продвижению отечественной инновационной продукции на международные рынки.
Задачи государственной инновационной политики:
Разработка и реализация мер по стимулированию инновационной деятельности.
Создание условий для производства и реализации инновационной продукции.
Развитие системы образования и подготовки кадров для инновационной сферы.
Развитие инновационной инфраструктуры.
Проведение анализа состояния инновационной деятельности.
Обеспечение информационной и консультационной поддержки инноваторов.
Предоставление льгот и субсидий для стимулирования инноваций.
Государственная инновационная политика формируется на основе анализа текущей ситуации в сфере инноваций, прогнозов социально-экономического развития и долгосрочных целей, определенных на уровне государства. Она является частью общей стратегии социально-экономического развития страны и направлена на достижение конкретных показателей, отражающих эффективность инновационной деятельности.

12. Охарактеризуйте механизм реализации государственной инновационной политики.

Механизм реализации государственной инновационной политики представляет собой комплекс мер, направленных на стимулирование и поддержку инновационной деятельности в стране. Этот механизм включает в себя нормативно-правовую базу, финансовые инструменты,

институциональную поддержку и образовательные программы.
Основные компоненты механизма:
Нормативно-правовая база:
Разработка и принятие законов, постановлений, указов, регулирующих инновационную деятельность и определяющих права и обязанности участников инновационного процесса.
Финансовые инструменты:
Предоставление грантов, субсидий, налоговых льгот, кредитов и других видов финансовой поддержки для инновационных проектов и предприятий.
Институциональная поддержка:
Создание специализированных организаций, таких как технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, которые оказывают поддержку инновационным компаниям на разных стадиях развития.
Образовательные программы:
Развитие системы подготовки кадров для инновационной сферы, включая профессиональное обучение, повышение квалификации и переподготовку специалистов.
Информационная поддержка:
Обеспечение доступа к информации о новых технологиях, рынках сбыта, источниках финансирования и других аспектах инновационной деятельности.
Международное сотрудничество:
Участие в международных проектах, обменом опытом и технологиями с другими странами.
Цели государственной инновационной политики:
Повышение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг на внутреннем и мировом рынках.
Модернизация экономики и повышение ее эффективности.
Улучшение качества жизни населения.
Обеспечение устойчивого экономического развития страны.
Задачи государственной инновационной политики:
Стимулирование инновационной деятельности в приоритетных направлениях.
Создание благоприятной инновационной среды для развития бизнеса.
Внедрение новых технологий и разработок в производство.
Содействие трансферу технологий между наукой и бизнесом.
Поддержка малого и среднего предпринимательства в инновационной сфере.

13. Перечислите факторы, определяющие региональную инновационную политику.

Региональная инновационная политика определяется рядом факторов, включая научно-технический потенциал, производственные возможности, финансовые ресурсы, а также уровень образования и квалификации кадров. Важную роль играют наличие развитой инновационной инфраструктуры, поддержка со стороны государства и институтов развития, а также взаимодействие между наукой, бизнесом и властью. Кроме того, учитываются особенности региональной экономики, спрос на инновации, конкурентная среда и социальные аспекты.
Более подробно, факторы, определяющие региональную инновационную политику, можно разделить на несколько групп:
1. Научно-технический потенциал:
Наличие научных и образовательных учреждений, занимающихся исследованиями и разработками.
Объем и качество кадровых ресурсов в сфере науки и технологий.
Наличие и состояние материально-технической базы для проведения научных исследований.
Уровень развития технологий, используемых в регионе.
Наличие и активность инновационных предприятий и организаций.
2. Производственные и экономические факторы:
Структура экономики региона и отраслевая специализация.
Уровень развития производства и наличие производственных мощностей.
Объем и структура инвестиций в инновационную деятельность.
Спрос на инновации со стороны предприятий и потребителей.
Конкуренция на рынке и необходимость повышения конкурентоспособности.

Уровень цифровизации экономики региона.
3. Инфраструктурные и институциональные факторы:
Наличие и развитие инновационной инфраструктуры (технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий).
Государственная поддержка инновационной деятельности (финансовая, организационная, правовая).
Взаимодействие между наукой, бизнесом и властью (государственно-частное партнерство).
Эффективность системы управления инновациями на региональном уровне.
Наличие нормативно-правовой базы, стимулирующей инновационную деятельность.
4. Социальные и экологические факторы:
Качество жизни населения и уровень благосостояния.
Социальная значимость инноваций (например, в сфере здравоохранения, образования).
Экологическая безопасность и устойчивое развитие.
Уровень образования и квалификации населения.
Вовлеченность населения в инновационные процессы.
5. Внешние факторы:
Государственная инновационная политика на федеральном уровне.
Международное сотрудничество в сфере науки и технологий.
Глобальные тенденции и изменения в мировой экономике.
Учет всех этих факторов позволяет разработать эффективную региональную инновационную политику, направленную на стимулирование развития инновационной деятельности и повышение конкурентоспособности экономики региона.

14. Какие существуют организационные структуры, содействующие реализации инновационной политики?

Для реализации инновационной политики существует несколько типов организационных структур. К ним относятся бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы, центры трансфера технологий, а также различные формы поддержки на государственном, региональном и отраслевом уровнях.
Более подробно:
Бизнес-инкубаторы:
Оказывают поддержку малым инновационным предприятиям на ранних стадиях развития, предоставляя им инфраструктуру, консультации и доступ к финансированию.
Технопарки:
Объединяют научные и образовательные организации с предприятиями, создавая благоприятную среду для разработки и коммерциализации инноваций.
Технополисы:
Крупномасштабные образования, объединяющие научно-исследовательские институты, университеты, высокотехнологичные компании и инфраструктуру для инновационного развития.
Центры трансфера технологий:
Занимаются продвижением результатов научных исследований и разработок на рынок, обеспечивая их коммерциализацию.
Организационные структуры на различных уровнях:
Государственный уровень: Министерства, агентства и фонды, отвечающие за разработку и реализацию инновационной политики на национальном уровне.
Региональный уровень: Региональные органы власти, технопарки, инновационные центры, отвечающие за поддержку инноваций на местном уровне.
Отраслевой уровень: Организации и предприятия, занимающиеся разработкой и внедрением инноваций в конкретных отраслях экономики.
Прочие формы:
Включают стратегические альянсы, венчурное финансирование, а также различные формы поддержки, такие как гранты, субсидии и налоговые льготы.
Важно отметить, что эффективная реализация инновационной политики требует комплексного подхода, включающего взаимодействие различных организационных структур

на разных уровнях.

15. В чем особенности соврпкеменной инновационной политики в РФ?

Особенностью современной инновационной политики в Российской Федерации является активное государственное участие и поддержка инновационной деятельности через механизмы государственно-частного партнерства, направленные на стимулирование внедрения результатов интеллектуальной деятельности в экономику и социальную сферу.

Подробнее:

Современная инновационная политика РФ характеризуется следующими особенностями:

Государственно-частное партнерство:

Основой политики является взаимодействие государства и бизнеса, направленное на объединение усилий и ресурсов для развития инноваций.

Целенаправленное финансирование:

Государство активно финансирует научные исследования и разработки, а также проекты, направленные на внедрение инноваций.

Развитие инфраструктуры:

Создаются и поддерживаются различные инновационные инфраструктуры, такие как технопарки, наукограды, бизнес-инкубаторы, которые обеспечивают благоприятные условия для инновационной деятельности.

Поддержка малого и среднего предпринимательства (МСП):

Оказывается поддержка инновационным МСП, в том числе финансовая, консультационная, образовательная и информационная.

Законодательное регулирование:

Разрабатываются и принимаются законы, направленные на стимулирование инноваций, защиту интеллектуальной собственности и упрощение процедур внедрения инноваций.

Поддержка кадров:

Государство уделяет внимание подготовке и переподготовке кадров для инновационной сферы.

Внедрение результатов интеллектуальной деятельности:

Основная цель инновационной политики – создание условий для внедрения результатов научных исследований и разработок в производство и другие сферы.

Стимулирование коммерциализации технологий:

Особое внимание уделяется превращению научных открытий в коммерчески успешные продукты и услуги.

В целом, современная инновационная политика в России направлена на создание благоприятной среды для развития инноваций, стимулирование инвестиций в науку и технологии, а также на повышение конкурентоспособности российской экономики за счет внедрения инновационных решений.

Тема 1.6. Формирование инновационной политики предприятия.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Понятие «рейтинг товара» означает:

а. Характеристика более дешевого товара

б. Характеристика качественного товара

в. Мере преимущества одного изделия или модели над другими

2. В группу технических параметров, используемых для оценки конкурентоспособности, обычно относят

а. Соотношение цена-качество

б. Показатели назначения, надежности, эргономические и эстетические

в. Показатели веса, объема, размера

3. К оценке конкурентоспособности товара не относятся следующие этапы:
а. Анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара-образца (эталона) для сравнения
б. Расчеты интегрального показателя конкурентоспроможности оцениваемого товара
в. Соотношение цена-качество

4. Интегральный показатель конкурентоспособности товара имеет конкурентные преимущества равен:
а. 0
б. 1
в. 1

5. Интегральный показатель конкурентоспособности товара, не имеет конкурентные преимущества равен:
а. 0
б. 1
в. <1

6. Положительная ассоциация, возникающая у человека в связи с увиденным, услышанным, прочитанным наименованием продукта, марки, предприятия называется
а. реклама
б. имидж
в. паблисити

7. Возможность успешной продажи товара на определенном рынке в установленный промежуток времени
а. конкурентоспособность
б. эффективность
в. рейтинг

8. В «паблисити» (популярности) не относится
а. Проведение различных юбилейных праздников
б. Издание фирменных журналов
в. Освещение динамики развития продаж

9. В состав престижной рекламы включают
а. Проведение различных юбилейных праздников
б. Издание фирменных журналов
в. Освещение динамики развития продаж

10. Подтверждением соответствия продукции установленным требованиям являются:
а. Сертификат соответствия
б. Знак качества
в. Торговая марка

11. Перечислите основные задачи инновационной политики предприятия.

Основные задачи инновационной политики предприятия включают в себя создание благоприятных условий для развития инновационной деятельности, стимулирование внедрения новых технологий и методов работы, а также обеспечение конкурентоспособности предприятия на рынке. Это достигается путем разработки и реализации стратегии инноваций, управления инновационными проектами, обеспечения финансирования и поддержки инновационных процессов, а также защиты интеллектуальной собственности.
Вот более подробный перечень задач:
Формирование инновационной стратегии:
Определение приоритетных направлений инновационной деятельности, целей и задач, а также ресурсов, необходимых для их достижения.
Стимулирование инновационной деятельности:
Создание системы мотивации для сотрудников, разработка механизмов финансирования и поддержки инновационных проектов, обеспечение доступа к информации и ресурсам.
Управление инновационными проектами:
Планирование, организация, координация и контроль за выполнением инновационных проектов, включая разработку, внедрение и коммерциализацию новых продуктов, услуг или

процессов.
Обеспечение финансирования инноваций:
Поиск и привлечение финансовых ресурсов для поддержки инновационных проектов, включая собственные средства предприятия, кредиты, гранты, венчурное финансирование и другие источники.
Защита интеллектуальной собственности:
Регистрация патентов, товарных знаков и других форм интеллектуальной собственности, а также разработка мер по защите инновационных разработок от копирования и несанкционированного использования.
Развитие инновационной инфраструктуры:
Создание условий для эффективной работы инновационных подразделений, обеспечение доступа к необходимым ресурсам, таким как оборудование, программное обеспечение, информация и консультационные услуги.
Обучение и развитие персонала:
Подготовка специалистов, способных разрабатывать, внедрять и коммерциализировать инновации, а также повышение уровня инновационной культуры в компании.
Сотрудничество с внешними организациями:
Установление партнерских отношений с научными учреждениями, университетами, другими предприятиями и организациями для обмена опытом, знаниями и технологиями.
Оценка эффективности инновационной деятельности:
Анализ результатов инновационных проектов, выявление сильных и слабых сторон, внесение корректировок в стратегию и тактику инновационной деятельности.
Повышение конкурентоспособности:
Внедрение инноваций, позволяющих предприятию улучшить качество продукции, снизить издержки, расширить рынки сбыта и укрепить свои позиции на рынке.

12. Назовите принципы реализации инновационной политики предприятия.

Основные принципы реализации инновационной политики предприятия включают в себя ориентацию на создание и внедрение новых продуктов, услуг, технологий, организационных и управленческих решений, а также на повышение эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности. Важными принципами являются также экономическая эффективность, рациональное использование ресурсов, учет рыночной конъюнктуры и поддержка инновационной деятельности со стороны государства.
Более подробно, принципы реализации инновационной политики предприятия можно сформулировать следующим образом:
Ориентация на потребителя:
Инновации должны соответствовать потребностям рынка и создавать ценность для потребителя.
Экономическая эффективность:
Инновации должны приводить к повышению прибыльности и конкурентоспособности предприятия.
Рациональное использование ресурсов:
Инновации должны осуществляться с учетом имеющихся ресурсов и минимизацией затрат.
Поддержка инновационной деятельности:
Предприятие должно создавать условия для развития инновационного мышления и поощрять инновационную активность сотрудников.
Учет рыночной конъюнктуры:
Инновационная политика должна учитывать текущую рыночную ситуацию и изменения в потребительском спросе.
Сотрудничество и партнерство:
Взаимодействие с другими предприятиями, научными организациями и государственными структурами может способствовать более эффективной реализации инновационных проектов.
Гибкость и адаптивность:
Предприятие должно быть готово к изменениям и быстро адаптироваться к новым условиям.
Долгосрочная перспектива:
Инновационная политика должна быть направлена на достижение долгосрочных целей

предприятия и его устойчивое развитие.
Государственная поддержка:
Использование государственных программ и мер поддержки инновационной деятельности.
Развитие человеческого капитала:
Инвестиции в обучение и развитие сотрудников, создание условий для раскрытия их творческого потенциала.
Защита интеллектуальной собственности:
Обеспечение правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности.
Непрерывное совершенствование:
Инновационная политика должна быть динамичной и постоянно адаптироваться к изменяющимся условиям.
Культура инноваций:
Создание в компании атмосферы, благоприятной для возникновения и реализации новых идей.
Принятие рисков:
Понимание того, что инновационная деятельность связана с определенными рисками, и готовность к ним.

13. Какие области деятельности предприятия, свя-заны с инновационной политикой предприя-тия?

Инновационная политика предприятия охватывает широкий спектр областей деятельности, включая разработку и внедрение новых продуктов и услуг, модернизацию существующих, совершенствование производства, а также организационные и управленческие изменения. Основные направления связаны с научно-техническим прогрессом и повышением эффективности, конкурентоспособности предприятия.
Вот более детальный перечень областей:
Разработка и внедрение новых продуктов и услуг:
Это включает в себя создание принципиально новых товаров или услуг, а также значительное усовершенствование существующих.
Модернизация и усовершенствование производства:
Направлено на оптимизацию существующих производственных процессов, повышение их эффективности и снижение издержек.
Совершенствование и развитие производства традиционных видов продукции и услуг:
Инновации могут применяться для улучшения качества, снижения себестоимости или расширения ассортимента уже производимой продукции.
Научно-исследовательская деятельность:
Инновационная политика предполагает проведение исследований и разработок, направленных на поиск новых решений и технологий.
Организационные и управленческие изменения:
Инновации могут затрагивать структуру предприятия, системы управления, бизнес-процессы, что способствует повышению эффективности работы и конкурентоспособности.
Маркетинг и продажи:
Инновации в этой области включают разработку новых методов продвижения продукции, расширение клиентской базы, выход на новые рынки.
Финансирование инновационной деятельности:
Предприятия могут внедрять новые финансовые инструменты, привлекать инвестиции для реализации инновационных проектов.
Обучение и развитие персонала:
Важным элементом инновационной политики является подготовка и переподготовка кадров, повышение квалификации сотрудников для работы с новыми технологиями и процессами.
Развитие инновационной инфраструктуры:
Создание благоприятной среды для инноваций, включая взаимодействие с научными организациями, венчурными фондами и другими участниками инновационной экосистемы.
Инновационная политика предприятия тесно связана со всеми аспектами его деятельности и направлена на обеспечение устойчивого развития и конкурентоспособности на рынке.

14. Что означает «Алгоритм разработки инновационной политики предприятия»

Алгоритм разработки инновационной политики предприятия" означает систематический, пошаговый подход к созданию и реализации стратегии предприятия, направленной на внедрение инноваций. Это включает в себя определение целей, анализ текущей ситуации, выбор направлений инноваций, разработку конкретных мероприятий и контроль за их реализацией. В сущности, это план действий, который позволяет предприятию успешно внедрять нововведения и повышать свою конкурентоспособность.

Более подробно:

Разработка инновационной политики предприятия – это комплексный процесс, который требует систематического подхода. Алгоритм разработки инновационной политики включает в себя следующие этапы:

1. Анализ внешней и внутренней среды.

Необходимо оценить текущее состояние рынка, уровень конкуренции, технологические тенденции, а также внутренние ресурсы и возможности предприятия.

2. Формулирование целей и задач инновационной политики.

На данном этапе определяются конкретные цели, которые предприятие хочет достичь с помощью инноваций (например, увеличение прибыли, снижение издержек, выход на новые рынки).

3. Выбор направлений инновационной деятельности.

На основе анализа внешней и внутренней среды, а также сформулированных целей, выбираются конкретные направления инновационной деятельности, в которых предприятие будет развиваться (например, разработка новых продуктов, внедрение новых технологий, улучшение организационных процессов).

4. Разработка инновационных проектов.

Для каждого выбранного направления разрабатываются конкретные инновационные проекты, которые включают в себя цели, задачи, сроки, ресурсы и исполнителей.

5. Реализация инновационных проектов.

На данном этапе осуществляется непосредственная реализация инновационных проектов, включая разработку, тестирование, внедрение и оценку результатов.

6. Мониторинг и контроль.

Непрерывный мониторинг и контроль процесса реализации инновационных проектов, а также оценка эффективности внедренных инноваций.

7. Корректировка инновационной политики.

На основе результатов мониторинга и оценки эффективности инновационных проектов, инновационная политика может корректироваться и совершенствоваться.

Таким образом, алгоритм разработки инновационной политики предприятия – это структурированный подход, который позволяет предприятию системно и целенаправленно развивать инновационную деятельность, повышая свою конкурентоспособность и обеспечивая устойчивое развитие.

15. Кто формирует инновационную политику предприятия?

Инновационную политику предприятия, как правило, формирует высшее руководство в сотрудничестве с руководителями подразделений и специалистами, ответственными за разработку и внедрение инноваций. В этот процесс могут быть вовлечены также отдел развития, научно-исследовательские подразделения, отдел маркетинга и другие. В зависимости от масштаба и структуры предприятия, в формировании инновационной политики могут участвовать и внешние консультанты или эксперты.

Более подробно:

Высшее руководство

предприятия определяет общие цели и стратегические направления инновационной деятельности, устанавливает приоритеты и выделяет ресурсы.

Руководители подразделений

(например, производства, разработки, маркетинга) участвуют в формировании конкретных целей и задач, связанных с их сферой деятельности, а также в разработке и реализации инновационных проектов.

Специалисты и эксперты
(включая ученых, инженеров, маркетологов) отвечают за разработку и внедрение инноваций, проводят исследования, анализируют рынок, оценивают потенциал новых технологий и продуктов.
Отдел развития
предприятия может выступать в качестве координатора и организатора инновационной деятельности, обеспечивая взаимодействие между различными подразделениями и внешними партнерами.
Внешние эксперты
могут привлекаться для проведения анализа рынка, оценки перспективности новых технологий, разработки бизнес-планов для инновационных проектов.
Таким образом, формирование инновационной политики - это сложный процесс, в котором участвуют различные уровни и подразделения предприятия, а также могут привлекаться внешние специалисты.

Тема 1.7. Основные виды инновационных стратегий предприятия.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Содержание инновационной стратегии предприятия зависит (может быть более одного варианта ответа):
1. от состояния внешней среды
2. от состояния внутренней среды
3. от инновационного климата
4. от инновационного потенциала
5. все перечисленные варианты

2. В каком виде традиционных стратегий наиболее часто используются продуктовые инновации?
1. в стратегиях роста
2. в интеграционных стратегиях
3. в стратегиях диверсификации

3. Какие виды инноваций характерны для стратегии конгломеративной диверсификации?
1. продуктовые
2. технологические
3. маркетинговые
4. все вышеперечисленное.

4. Какой вид инновационных стратегий имеет свой целью занятие лидирующего положения на рынке?
1. стабилизационные стратегии
2. наступательные стратегии

5. Для какого вида инновационных стратегий характерны базисные инновации?
1. для стабилизационных стратегии
2. для наступательных стратегии

6. Является ли возможность распределения риска существенным условием для реализации наступательных стратегий?
1. да
2. нет

7. Горизонтальная интеграция с отраслевыми конкурентами предполагает:
1. внедрение базисной технологической инновации
2. внедрение базисной продуктовой инновации

8. Особенностью наступательных стратегий является:

1. наличие высоких затрат на НИОКР и высоких рисков
2. создание товаров-аналогов

9. К какому виду инновационных стратегий относится стратегия создания нового рынка?

1. к наступательным стратегиям
2. к стабилизационным стратегиям

10. Назовите инновационную стратегию, сущность которой заключается в том, что на основе новой технологии фирма выпускает на рынок известный продукт, имеющий значительно улучшенные характеристики, что уменьшает общий размер рынка?

1. стратегия создания нового рынка
2. Стратегия приобретения компании
3. разбойничья стратегия
4. стратегия непрерывного совершенствования

11. Представьте схему организации стратегического управления предприятием.

Схема организации стратегического управления предприятием представляет собой многоуровневый процесс, включающий анализ внешней и внутренней среды, формирование видения и миссии, определение целей, разработку стратегии, ее реализацию и контроль. Этот процесс направлен на обеспечение долгосрочного успеха и конкурентоспособности организации.

Основные этапы стратегического управления:

1. Анализ внешней среды:

PESTEL-анализ: Изучение политических, экономических, социальных, технологических, экологических и правовых факторов, влияющих на деятельность компании.

Анализ конкурентной среды (5 сил Портера): Оценка угроз со стороны новых участников рынка, конкуренции между существующими игроками, власти поставщиков и потребителей, а также угроз со стороны товаров-заменителей.

Анализ внутренней среды: Оценка ресурсов, компетенций, организационной структуры, финансовых показателей, культуры компании.

2. Формирование видения, миссии и целей:

Видение: Краткое и вдохновляющее описание желаемого будущего компании.

Миссия: Определение основного предназначения организации и ее роли в обществе.

Цели: Конкретные, измеримые, достижимые, релевантные и ограниченные во времени задачи, которые компания стремится реализовать.

3. Разработка стратегии:

Выбор стратегии: Определение общего направления развития компании, например, лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование на нише.

Разработка конкретных мероприятий и планов: Определение конкретных действий, необходимых для достижения целей, включая маркетинговые, производственные, финансовые и другие планы.

4. Реализация стратегии:

Распределение ресурсов: Обеспечение необходимых финансовых, кадровых и материальных ресурсов для реализации стратегии.

Организация и координация деятельности: Обеспечение эффективной работы всех подразделений и сотрудников.

Мотивация и вовлечение персонала: Создание условий для активного участия сотрудников в реализации стратегии.

5. Оценка и контроль выполнения стратегии:

Система KPI (ключевые показатели эффективности): Мониторинг достижения поставленных целей и эффективности реализации стратегии.

Анализ отклонений и корректировка планов: Внесение изменений в стратегию и планы в случае необходимости.

12. Какие Вам известны Активные (технологические) и пассивные (маркетинговые) стратегии предприятия?

Активные (технологические) стратегии предприятия касаются инноваций и развития, тогда как пассивные (маркетинговые) стратегии направлены на продвижение товаров и услуг на рынке. Активные стратегии включают разработку новых продуктов, внедрение новых технологий и методов производства, а также улучшение качества продукции. Пассивные стратегии включают в себя продвижение товаров и услуг на рынке, используя различные маркетинговые инструменты, такие как реклама, PR, контент-маркетинг, SEO и т.д.

Активные (технологические) стратегии:

Инновации:

Разработка и внедрение новых продуктов, технологий и бизнес-процессов.

Диверсификация:

Расширение ассортимента продукции или выход на новые рынки.

Реинжиниринг:

Перепроектирование бизнес-процессов для повышения эффективности.

Инвестиции в НИОКР:

Финансирование исследований и разработок для создания новых технологий.

Пассивные (маркетинговые) стратегии:

Реклама:

Продвижение продукции через различные каналы коммуникации (ТВ, радио, печатные издания, онлайн).

PR:

Формирование позитивного имиджа компании и ее продукции через взаимодействие со СМИ и общественностью.

Контент-маркетинг:

Создание и распространение полезного контента для привлечения и удержания целевой аудитории.

SEO:

Оптимизация сайта для поисковых систем, чтобы повысить его видимость в результатах поиска.

Email-маркетинг:

Рассылка информации о продуктах и акциях по электронной почте.

Социальные сети:

Использование социальных сетей для продвижения бренда и взаимодействия с клиентами.

Событийный маркетинг:

Организация мероприятий для продвижения продукции и укрепления связей с клиентами.

Важно понимать, что активные и пассивные стратегии не являются взаимоисключающими. Они могут и должны использоваться в комплексе для достижения максимального эффекта. Например, разработка нового продукта (активная стратегия) должна сопровождаться маркетинговыми усилиями для его продвижения на рынке (пассивная стратегия).

13. В чем особенности реализации активных и пассивных стратегий?

Активное и пассивное инвестирование отличаются подходом к управлению портфелем и целями. Активное инвестирование подразумевает активный поиск возможностей для превосходства над рынком, в то время как пассивное стремится следовать за рынком, инвестируя в диверсифицированные портфели с низкими затратами.

Активное инвестирование:

Подход:

Активные инвесторы стремятся обогнать рыночную доходность, анализируя отдельные акции или секторы, используя различные стратегии, такие как технический или фундаментальный анализ.

Риски:

Более высокий риск, поскольку попытки опередить рынок могут привести к убыткам, если решения окажутся неудачными.

Затраты:

Более высокие комиссии и издержки из-за необходимости проведения исследований и активной торговли.
Участие:
Требует больше времени и усилий для мониторинга рынка, анализа данных и принятия решений.
Пассивное инвестирование:
Подход:
Пассивные инвесторы предпочитают следовать за рынком, инвестируя в индексные фонды или ETF, которые отслеживают определенные индексы.
Риски:
Меньший риск, так как портфель диверсифицирован и привязан к широкому рынку, а не к конкретным акциям.
Затраты:
Низкие комиссии и издержки, поскольку пассивное управление требует меньше усилий и транзакций.
Участие:
Минимальное участие, часто используется стратегия "купи и держи", что позволяет освободить время и ресурсы.
Сравнение:
Характеристика
Активное инвестирование
Пассивное инвестирование
Цель
Превысить рыночную доходность
Достичь доходности, сопоставимой с рынком
Подход
Активный поиск возможностей, анализ отдельных акций
Следование за рынком, инвестиции в индексные фонды
Риск
Более высокий
Менее рискованно
Затраты
Более высокие
Ниже
Участие
Требуется больше времени и усилий
Меньше времени и усилий

14. Какие активные инновационные стратегии наиболее популярны?

Наиболее популярные активные инновационные стратегии включают дифференциацию продукта, цифровую трансформацию, экологическую устойчивость и ценовые стратегии, основанные на инновациях.
Более подробно:
Дифференциация продукта:
Компании создают уникальные продукты или услуги, чтобы выделиться на фоне конкурентов. Примером может служить Apple с их инновационными продуктами.
Цифровая трансформация:
Использование технологий для улучшения бизнес-процессов и создания новых возможностей. Amazon, например, использует искусственный интеллект для оптимизации логистики.
Экологическая устойчивость:
Стратегии, направленные на снижение воздействия на окружающую среду, становятся все более популярными, так как компании осознают важность экологической ответственности.
Ценовые стратегии, основанные на инновациях:
Компании разрабатывают новые модели ценообразования для привлечения клиентов, как Netflix с их моделью подписки.
Инновационная стратегия Google:

Google активно развивает культуру экспериментирования и внедряет инновации, например, Google Maps.
Стратегии наступательного, защитного и имитационного типов:
Эти стратегии представляют различные подходы к инновационной деятельности, включая разработку новых продуктов, защиту существующих технологий и копирование инноваций конкурентов.

15. Какая информация необходима для формирования инновационной стратегии?

Для формирования инновационной стратегии необходима следующая информация: цели и задачи компании, анализ текущей ситуации (внутренней и внешней среды), оценка ресурсов и компетенций, а также понимание рынка и конкурентной среды. Необходимо также учитывать жизненный цикл инноваций, уровень инновационного развития организации и проводимую научно-техническую политику. Важно обеспечить сочетание интересов и согласование решений в области стратегического, научно-технического, финансового, производственного и маркетингового менеджмента.
Более детально, необходима следующая информация:
Цели и задачи компании:
Четкое определение долгосрочных и краткосрочных целей, которые будут достигаться с помощью инноваций.
Анализ внешней среды:
Изучение рыночных трендов, технологических изменений, конкурентной ситуации, а также нормативно-правовой базы.
Анализ внутренней среды:
Оценка текущих ресурсов, компетенций, организационной структуры и корпоративной культуры компании.
Оценка рисков:
Выявление возможных рисков, связанных с внедрением инноваций и разработка стратегий их минимизации.
Выбор типа инновационной стратегии:
Определение стратегии, соответствующей целям и возможностям компании (например, наступательная, оборонительная, имитационная).
Планирование инновационной деятельности:
Разработка конкретных планов и мероприятий по реализации инновационной стратегии, включая бюджет, сроки и ответственных лиц.
Оценка результатов:
Внедрение системы мониторинга и оценки эффективности инновационной деятельности, а также внесение необходимых корректировок в стратегию.
Понимание инновационного ландшафта:
Анализ текущих тенденций в различных областях, включая новые технологии, бизнес-модели и потребительские предпочтения.
Оценка готовности персонала:
Оценка восприятия инноваций, обучение и вовлечение персонала в процесс инновационного развития.
Определение источников финансирования:
Поиск и обеспечение финансирования для реализации инновационных проектов.

Тема 1.8. Финансирование инновационной деятельности предприятия.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Элементом системы финансирования инновационной деятельности не является:

а) источники инвестиционных ресурсов;
б) механизм разработки стратегии вывода на рынок инновационного продукта;
в) механизм накопления финансовых средств;
г) механизм управления инвестиционными ресурсами;

2. К собственным средствам финансирования инновационных проектов предприятия относится:
а) выпуск акций;
б) коммерческий кредит;
в) амортизационные отчисления;
г) взносы.

3. Перечислите недостающую форму финансирования инновационных проектов:
а) государственное финансирование;
б) акционерное финансирование;
в) банковские кредиты;
г) лизинг;
д) форфейтинг;
е) смешанное финансирование;
ж) __венчурное финансирование_____ .

4. Можно ли отнести факторинг к одной из форм финансирования инновационной деятельности предприятия:
а) да
б) нет

5. Источником финансирования такой формы, как форфейтинг, являются:
а) собственные средства предприятия;
б) привлеченные средства;
в) заемные средства.

6. Формой предоставления бюджетных средств (в рамках государственного финансирования инновационных проектов) не является:
а) финансирования федеральных целевых инновационных программ;
б) финансирование дистанционного образования ведущих российских вузов;
в) финансового обеспечения перспективных инновационных проектов на конкурсной основе;

7. Приоритетным направлением государственной инновационной политики является:
а) развитие аграрной техники;
б) развитие гражданской авиационной техники;
в) развитие внешнеэкономических связей России.

8. Акционерное финансирование доступно для предприятий в форме:
а) ОАО;
б) ЗАО;
в) ООО;
г) унитарного предприятия;
д) ПАО + ЗАО;
е) ПАО + ЗАО + ООО.

9. Коммерческий банк не будет финансировать инновационный проект, если:
а) срок окупаемости проекта больше срока реализации проекта;
б имеются источники возврата предоставляемых финансовых средств;
в) проект обеспечивает средний прирост инвестируемого капитала.

10. Какой из видов кредита может быть применим для целей финансирования инновационных проектов:
а) ипотечный;
б) инвестиционный налоговый;
в) таможенный.

11. Перечислите основные источники финансирования инновационной деятельности предприятий.

Основные источники финансирования инновационной деятельности предприятий можно разделить на внутренние и внешние. К внутренним относятся собственные средства предприятия, такие как прибыль, амортизационные отчисления и средства от продажи

имущества. Внешние источники включают бюджетное финансирование, кредиты банков и других финансовых организаций, инвестиции венчурных фондов и иностранных инвесторов, а также средства, полученные от эмиссии акций и облигаций.
Внутренние источники:
Собственные средства:
Прибыль от основной деятельности, амортизационные отчисления, средства от продажи активов.
Привлеченные средства:
Дополнительная эмиссия акций, взносы учредителей, доход от продажи активов, прибыль от инвестирования свободных активов.
Внешние источники:
Государственное финансирование:
Бюджетные средства (федеральный, региональный, муниципальный), гранты, субсидии, целевые программы.
Кредиты и займы:
Банковские кредиты, лизинг, факторинг, форфейтинг.
Венчурное финансирование:
Инвестиции венчурных фондов и бизнес-ангелов.
Иностранные инвестиции:
Средства иностранных инвесторов, международные финансовые институты.
Внебюджетные фонды:
Фонды поддержки предпринимательства, отраслевые фонды.
Средства от эмиссии ценных бумаг:
Выпуск акций и облигаций.
Дополнительные источники:
Страховые компании: Предоставление финансирования под залог имущества или на условиях страхования инновационных проектов.
Фонды развития науки и технологий: Финансирование научных исследований и разработок.
Корпоративные венчурные фонды: Инвестиции крупных компаний в стартапы.

12. В чем состоит механизм накопления финансовых средств для инновационной деятельности?

Механизм накопления финансовых средств для инновационной деятельности включает в себя различные источники и методы привлечения капитала, направленные на финансирование научных исследований, разработок и внедрения новых технологий. Это может быть как государственное финансирование, так и частные инвестиции, венчурный капитал, гранты, кредиты и другие формы финансовой поддержки.
Детализация механизмов:
Государственное финансирование:
Включает в себя бюджетные ассигнования, целевые программы, гранты и субсидии, предоставляемые государственными органами для поддержки инновационных проектов.
Частные инвестиции:
Это вложения средств в инновационные проекты со стороны частных компаний, бизнес-ангелов, инвестиционных фондов и других участников рынка.
Венчурный капитал:
Форма инвестирования в молодые, растущие компании с высоким потенциалом роста, часто сопряженная с высоким уровнем риска, но и с высокой прибылью в случае успеха.
Гранты:
Невозвратные средства, выделяемые на финансирование конкретных научных исследований или проектов, обычно на конкурсной основе.
Кредиты и займы:
Финансовые средства, предоставляемые банками и другими кредитными организациями на определенный срок и под процент.
Фонды и программы поддержки:
Различные фонды, созданные для поддержки инновационной деятельности, могут предоставлять финансирование, экспертизу и другие формы поддержки.

Краудфандинг:
Сбор средств на инновационные проекты через онлайн-платформы, где пользователи могут внести небольшие суммы на реализацию проекта.
Государственно-частное партнерство:
Сотрудничество между государственными и частными организациями для финансирования и реализации инновационных проектов.
Внутренние источники финансирования:
Привлечение средств из собственных доходов компании, перераспределение прибыли на инновационные проекты.
Выбор конкретного механизма зависит от:
Стадии инновационного проекта (идея, разработка, внедрение).
Специфики отрасли и проекта.
Стратегии финансирующей организации.
Рисков и ожидаемой доходности.
Эффективная система накопления финансовых ресурсов для инновационной деятельности требует комплексного подхода, включающего как привлечение внешних инвестиций, так и использование внутренних ресурсов, а также поддержку со стороны государства.

13. Как устроен и поддерживается механизм управления инвестиционными ресурсами?

Механизм управления инвестиционными ресурсами представляет собой комплекс взаимосвязанных процессов, направленных на планирование, распределение, контроль и оценку использования инвестиций. Он включает в себя несколько ключевых этапов: определение целей и задач, разработку инвестиционного плана, выбор источников финансирования, оценку рисков, мониторинг реализации и оценку результатов. Поддержание этого механизма требует постоянного анализа эффективности, корректировки стратегии и адаптации к изменяющимся условиям рынка.
Составляющие механизма управления инвестиционными ресурсами:
1. Стратегическое планирование:
Определение целей и задач инвестирования, исходя из общих целей организации и перспектив развития.
Анализ рынка и оценка инвестиционной привлекательности различных проектов, включая конкурентную среду и прогнозы.
Выбор приоритетных направлений инвестирования, соответствующих стратегическим целям.
2. Разработка инвестиционного плана:
Детальная проработка инвестиционных проектов, включая технико-экономическое обоснование, расчет эффективности и анализ рисков.
Определение необходимых объемов инвестиций, источников финансирования и сроков реализации.
Разработка графика выполнения работ, распределение ресурсов и определение ответственных лиц.
3. Финансирование:
Привлечение средств из различных источников: собственные средства, кредиты, займы, государственное финансирование и т.д.
Оптимизация структуры финансирования для минимизации финансовых рисков и затрат.
4. Реализация проекта:
Контроль за ходом выполнения работ, соблюдение сроков и бюджета.
Управление рисками на всех этапах реализации проекта.
Мониторинг и анализ результатов, выявление отклонений от плана и принятие корректирующих мер.
5. Оценка результатов:
Анализ эффективности инвестиций, оценка соответствия фактических результатов запланированным.
Оценка доходности инвестиций и выявление факторов, повлиявших на ее изменение.
Принятие решений о дальнейших инвестициях на основе результатов оценки.
Поддержание механизма управления:
Постоянный мониторинг внешней среды:

Отслеживание изменений на рынке, выявление новых возможностей и угроз, корректировка стратегии.
Анализ эффективности инвестиций:
Регулярная оценка результатов и выявление проблемных зон.
Разработка и внедрение корректирующих мероприятий:
Оперативное реагирование на отклонения от плана и принятие мер по их устранению.
Обучение и развитие персонала:
Повышение квалификации специалистов, участвующих в управлении инвестиционными ресурсами.
Внедрение современных технологий управления:
Использование специализированного программного обеспечения для планирования, контроля и анализа.
Эффективное управление инвестиционными ресурсами позволяет организациям достигать поставленных целей, повышать конкурентоспособность и обеспечивать устойчивое развитие.

14. Что такое венчурное финансирование?

Венчурное финансирование – это инвестиции в молодые, инновационные компании (стартапы) с высоким потенциалом роста, которые часто еще не имеют стабильного дохода и истории. Эти инвестиции сопряжены с высоким риском, но и с перспективой получения значительной прибыли в будущем, если проект окажется успешным.
Более подробно:
Суть:
Венчурное финансирование предполагает вложение средств в компании на ранних стадиях развития, когда традиционные источники финансирования, такие как банковские кредиты, часто недоступны.
Риск:
Высокий риск связан с тем, что многие стартапы не достигают успеха, и инвесторы могут потерять свои вложения.
Вознаграждение:
В случае успеха, венчурные инвестиции могут принести высокую прибыль, так как компания, выросшая из стартапа, может быть продана, выйти на биржу (IPO) или стать прибыльной.
Участники:
Венчурное финансирование осуществляется венчурными фондами, бизнес-ангелами (частными инвесторами) и другими акторами рынка венчурного капитала.
Объекты:
Обычно объектами венчурного финансирования становятся высокотехнологичные стартапы, компании, работающие на новых рынках, а также предприятия, разрабатывающие инновационные продукты и услуги.
Этапы:
Венчурное финансирование может проходить в несколько этапов, начиная с начальной стадии (seed funding) и заканчивая более поздними раундами финансирования, например, перед IPO.
Преимущества для компаний:
Венчурное финансирование позволяет компаниям получать средства для развития, привлекать экспертизу и опыт инвесторов, а также расширять свой бизнес.
Преимущества для инвесторов:
Венчурные инвесторы получают возможность инвестировать в перспективные компании и получать высокую прибыль в случае успеха.

15. Какие Вы знаете виды инновационных рисков и способы их снижения.

Инновационные риски можно разделить на несколько видов, включая рыночные, технологические, финансовые, организационные и юридические риски. Для снижения этих рисков применяются различные методы, такие как диверсификация, страхование, резервирование средств, а также тщательное планирование и анализ.
Виды инновационных рисков:
Рыночный риск:
Неопределенность спроса на инновационный продукт или услугу, изменение предпочтений

потребителей, появление более конкурентоспособных предложений.
Технологический риск:
Неудача в разработке или внедрении новой технологии, устаревание технологии, сложности с масштабированием производства.
Финансовый риск:
Недостаточность финансирования, рост стоимости ресурсов, неблагоприятные изменения валютных курсов, инфляция.
Организационный риск:
Проблемы с управлением проектом, нехватка квалифицированных кадров, низкая эффективность организационных процессов.
Юридический риск:
Нарушение патентного законодательства, проблемы с соблюдением стандартов и нормативов, судебные споры.
Способы снижения инновационных рисков:
Диверсификация:
Распределение инвестиций между разными инновационными проектами, что снижает вероятность потери всех вложенных средств в случае неудачи одного из проектов.
Страхование:
Передача части рисков страховой компании, что позволяет компенсировать финансовые потери в случае наступления страхового случая.
Резервирование средств:
Создание финансовых резервов для покрытия непредвиденных расходов и убытков, связанных с инновационной деятельностью.
Тщательное планирование и анализ:
Предварительное изучение рынка, технологий и юридических аспектов, что позволяет выявить и оценить риски на ранних этапах.
Выбор подходящей модели финансирования:
Использование различных источников финансирования, таких как венчурные инвестиции, гранты, кредиты, что позволяет снизить зависимость от одного источника.
Оценка рисков на всех этапах инновационного процесса:
Постоянный мониторинг и анализ рисков, что позволяет своевременно реагировать на изменения и принимать меры для их снижения.
Страхование рисков:
Использование страховых инструментов для защиты от финансовых потерь в случае наступления неблагоприятных событий.
Создание резервных фондов:
Формирование финансовых резервов для покрытия непредвиденных расходов и убытков, связанных с реализацией инновационных проектов.
Разработка альтернативных сценариев:
Планирование различных вариантов развития событий и подготовка к ним, что позволяет минимизировать негативные последствия в случае возникновения рисков.
Постоянный мониторинг и анализ рисков:
Регулярная оценка рисков на всех этапах инновационного процесса, что позволяет своевременно выявлять и реагировать на изменения.
Риски инновационных проектов и методы их снижения

Тема 1.9. Виды инновационных организаций.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Срок действия договора финансового лизинга больше срока полной амортизации предмета лизинга:
а) верно;
б) неверно.

2. Смешанное финансирование осуществляется путем привлечения финансовых средств, необходимых для реализации инновационных проектов, из:
а) заемных и привлеченных источников;
б) различных источников;
в собственных и заемных источников;

3. Какой из источников финансирования инновационных программ не применим при такой форме акционерного финансирования, как участие в уставном капитале:
а) собственные и привлеченные средства организации;
б) бюджетные и внебюджетные государственные средства;
в) иностранные инвестиции;
г) заемные средства.

4. Могут ли негосударственные пенсионные фонды (НПФ) инвестировать свои активы в интеллектуальную собственность?
а) да;
б) нет.

5. Разрешено ли инновационным компаниям (фондам) заниматься инвестированием в ценные бумаги?
а) да;
б) нет.

6. Сроком начала действия российского патента считается:
а) дата выдачи патента
б) дата поступления заявки в Роспатент
в) дата отправки заявки в Роспатент
г) дата подтверждения новизны решения, защищаемого патентом.

7. После публикации сведений об изобретении подача заявки для получения российского патента должна состояться не позднее, чем через:
а) 6 месяцев
б) 9 месяцев
в) 1 год
г) 2 года.

8. Может ли авторское свидетельство находиться на балансе предприятия?
а) может в любом случае
б) может, при условии, что в течение года оно будет перерегистрировано в качестве патента
в) авторские свидетельства не существуют.

9. Стоимость патента рассчитывается по следующему методу:
а) балансовому
б) регрессионному
в) рыночному
г) затратному.

10. Международная патентная заявка:
а) позволяет получить международный патент
б) позволяет получить шенгенский патент
в) позволяет получить патенты в нескольких странах сразу
г) не существует

11. Какие существуют типы инновационных организаций?

Существует несколько типов инновационных организаций, каждый из которых имеет свою специфику и роль в инновационном процессе. Основные типы включают бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы, и стратегические альянсы.
Подробнее о типах инновационных организаций:
Бизнес-инкубаторы:
Это организации, которые поддерживают создание и развитие новых компаний, предоставляя

им ресурсы, инфраструктуру и консультационные услуги.
Технопарки:
Технопарки - это территории, где сосредоточены научно-исследовательские и опытно-конструкторские организации, а также предприятия, использующие инновационные технологии.
Технополисы:
Более крупные и комплексные образования, чем технопарки, технополисы часто включают в себя университеты, научные центры, промышленные предприятия и жилую застройку, создавая среду для инновационного развития.
Стратегические альянсы:
Это совместные предприятия или соглашения между компаниями, направленные на совместную разработку и внедрение инноваций.
Другие возможные классификации:
По типу инноваций:
инновации могут быть продуктовыми, процессными, организационными, маркетинговыми и т.д.
По уровню организации инновационной деятельности:
выделяют государственный, региональный, отраслевой и другие уровни.
По характеру взаимодействия с внешней средой:
организации могут быть открытыми, закрытыми, сетевыми и т.д.
В целом, выбор конкретного типа инновационной организации зависит от целей и задач, стоящих перед организацией, а также от особенностей инновационного процесса, в котором она участвует.

12. В чем состоят различия, пребимущества и недостатки различных инновационных организационных структур?

Различные инновационные организационные структуры предлагают разные способы организации работы и ресурсов для достижения целей компании. Ключевые различия между ними заключаются в степени централизации/децентрализации власти, специализации/универсализации сотрудников, гибкости и скорости принятия решений. Каждая структура имеет свои преимущества и недостатки, которые следует учитывать при выборе наиболее подходящей для конкретной организации.
Основные типы инновационных организационных структур:
1. Простая структура:
Преимущества: Быстрое принятие решений, высокая гибкость, прямой контроль со стороны лидера.
Недостатки: Ограниченный потенциал роста, риск ошибок из-за недостатка специализации и контроля, сложность масштабирования.
2. Линейная структура:
Преимущества: Четкое распределение власти и ответственности, простота управления и контроля.
Недостатки: Сниженная гибкость, медленное принятие решений из-за необходимости согласований на разных уровнях.
3. Функциональная структура:
Преимущества: Высокий уровень специализации, компетентность сотрудников в конкретных областях, эффективность в рамках отделов.
Недостатки: Сложности координации между отделами, потенциальные конфликты, замедленное принятие решений на уровне компании.
4. Матричная структура:
Преимущества: Обмен знаниями между отделами, более обоснованные решения, высокий моральный дух сотрудников.
Недостатки: Неясность ответственности, потенциальные конфликты, более медленные процессы.
5. Дивизиональная структура:
Преимущества: Автономность подразделений, ориентация на конкретные рынки или продукты, более быстрая реакция на изменения.

Недостатки: Сложность координации между дивизионами, потенциальные конфликты, возможная потеря контроля.
6. Сетевая структура:
Преимущества: Гибкость, высокая адаптивность к изменениям, доступ к внешним ресурсам и экспертизе.
Недостатки: Сложность управления, зависимость от внешних партнеров, риски утечки информации.
Выбор организационной структуры зависит от множества факторов:
Размер компании.
Отрасль, в которой работает компания.
Стратегические цели и задачи.
Культура компании.
Степень инновационности.
Важно отметить, что организационная структура не является статичной, и компания может использовать гибридные модели, сочетая элементы различных структур для достижения своих целей. Например, матричная структура может быть эффективна для внедрения инноваций, в то время как функциональная структура обеспечивает стабильность в операционной деятельности.

13. Что такое технопарк?

Сокращение: технологический парк. Научно-технологический комплекс, охватывающий все процессы от фундаментальных научных исследований, опытного производства вплоть до реализации новой продукции.
Технополис - разновидность свободной экономической зоны на базе интеграции высокоразвитого производства, науки и образования. Технополисы пользуются разнообразными льготами и обеспечивают разработку и внедрение современной технологии с помощью национальных и иностранных предприятий и организаций.

14. Охарактеризуйте понятия: Бизнес-инкубатор.

Бизнес-инкубатор - это организация, оказывающая поддержку начинающим предпринимателям и стартапам на ранних стадиях их развития. Он предоставляет различные ресурсы, включая рабочее пространство, консультации, менторство, доступ к финансированию и образовательные программы, чтобы помочь компаниям вырасти и стать устойчивыми на рынке.
Основные характеристики бизнес-инкубатора:
Поддержка на ранней стадии:
Инкубаторы ориентированы на компании, находящиеся на этапе идеи или начальной стадии разработки продукта.
Комплексная поддержка:
Предоставляют широкий спектр услуг, включая юридические, бухгалтерские, маркетинговые консультации, а также помощь в разработке бизнес-плана и привлечении инвестиций.
Снижение рисков:
Помогают стартапам преодолевать трудности, связанные с недостатком опыта, ресурсов и связей.
Развитие навыков:
Организуют обучающие программы и тренинги, направленные на развитие как «hard skills» (профессиональных навыков), так и «soft skills» (навыков коммуникации, лидерства и т.д.).
Создание сообщества:
Предоставляют возможности для нетворкинга и обмена опытом между резидентами инкубатора, а также с опытными предпринимателями.
Ускорение роста:
Помогают стартапам быстрее достигать поставленных целей, предоставляя доступ к необходимым ресурсам и экспертизе.
Снижение финансовых затрат:
Часто предоставляют рабочие места и инфраструктуру по сниженным ценам или бесплатно, что позволяет стартапам экономить на начальных расхода □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

Вклад в экономическое развитие:
Способствуют созданию новых рабочих мест и развитию инновационной экономики.

15. Что дает статус "Наукоград"?

Статус "Наукоград" предоставляет муниципальному образованию ряд привилегий, включая финансовую поддержку из федерального бюджета, а также содействие развитию научно-технической деятельности и инновационного предпринимательства. Наукограды также получают поддержку в области создания и развития технопарков и научных центров.
Более подробно, статус "Наукоград" обеспечивает:
Финансовую поддержку:
Наукограды имеют право на получение субвенций из федерального бюджета для покрытия дополнительных расходов, связанных с развитием научно-технической деятельности.
Содействие развитию научно-производственного комплекса:
Статус наукограда предполагает концентрацию в муниципальном образовании научно-исследовательских институтов, предприятий, разрабатывающих и производящих высокотехнологичную продукцию, а также образовательных учреждений.
Развитие инновационной инфраструктуры:
Наукограды активно работают над созданием и развитием технопарков, научных парков, центров трансфера технологий и других структур, способствующих коммерциализации научных разработок и внедрению инноваций.
Поддержка малого наукоемкого бизнеса:
Наукограды оказывают консультационную и финансовую поддержку малым инновационным предприятиям, что способствует развитию предпринимательства в научной сфере.
Содействие в реализации федеральных целевых программ:
Наукограды активно привлекаются к участию в федеральных целевых программах, связанных с развитием науки и технологий.
В целом, статус "Наукоград" является инструментом государственной поддержки для развития территорий с высоким научно-техническим потенциалом и создания условий для эффективной реализации научных разработок в интересах экономики и общества.

Тема 1.10. Методы оценки эффективности инновационных проектов.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. В РФ возобновление действия приостановленного патента возможно в течение:
а) 6 месяцев
б) 9 месяцев
в) 1 года
г) 3 лет.

2. За отслеживание фактов нарушения прав на интеллектуальную собственность предприятия отвечает:
а) Роспатент
б) патентный поверенный
в) само предприятие
г) Главное управление экономической безопасности и противодействия кор-рупции МВД РФ
д) Следственный комитет РФ
е) Генеральная прокуратура РФ.

3. В РФ действует следующая система уплаты патентных пошлин:
а) ежеквартальная
б) ежегодная
в) ежемесячная
г) ежедневная.

4. Характерный внешний вид бутылки является:
а) изобретением
б) полезной моделью
в) промышленным образцом
г) наименованием места происхождения товара.

5. Регистрация товарных знаков и знаков обслуживания осуществляется по:
а) видам (словесный, изобразительный, комбинированный и т.д.)
б) региону размещения лица, подавшего соответствующую заявку
в) классам использования.

6. Предметом защиты фирменного наименования является:
а) организационно-правовая форма предприятия в фирменном наименовании
б) произвольная часть (название) фирменного наименования
в) полное фирменное наименование
г) дизайн написания фирменного наименования.

7. Создание впечатления, что потребителю предоставляется возможность покупки на необычайно выгодных условиях, когда на самом деле этого нет, называется:
а) недобросовестной конкуренцией
б) демпингом
в) необоснованным обогащением.

8. Если конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид не может быть воспроизведено промышленными средствами, то оно становится:
а) объектом авторского права
б) объектом смежного права
в) коммерческой тайной.

9. В системе интеллектуальной собственности под торговой маркой понимается:
а) обозначение, способное отличать товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических лиц
б) обозначение, способное отличать товары и услуги одних физических лиц от однородных товаров и услуг других физических лиц
в) обозначение, способное отличать товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.
г) в системе интеллект.

10. В РФ после публикации сведений об изобретении подача заявки для получе-ния патента на него за рубежом должна состояться не позднее, чем через:
а) 6 месяцев
б) 9 месяцев
в) 1 год
г) 2 года
д) 5 лет
е) 70 лет после смерти автора.

11. Что такое и как осуществляется экспертиза инновационных проектов?

Экспертиза инновационных проектов – это процесс оценки и анализа инновационного проекта с целью определения его потенциальной эффективности, реализуемости и соответствия требованиям. Она включает в себя оценку научного и технического уровня проекта, возможностей его реализации, а также соответствия рыночным потребностям и стратегиям. Экспертиза помогает определить, стоит ли финансировать проект, и принять обоснованные решения о его дальнейшей судьбе.

Этапы экспертизы инновационного проекта:

1. Подача заявки:

Проект представляется на рассмотрение экспертной комиссии или организации, уполномоченной проводить экспертизу.

2. Анализ документов:

Эксперты изучают представленную документацию, включая технико-экономическое обоснование, планы реализации, финансовые расчеты и т.д.
3. Оценка рисков:
Проводится анализ возможных рисков, связанных с реализацией проекта, таких как технологические, финансовые, рыночные и другие.
4. Оценка научной новизны и коммерческой перспективности:
Эксперты оценивают научную новизну проекта, его потенциал для создания новых продуктов или услуг, а также его коммерческую привлекательность.
5. Оценка соответствия требованиям:
Проект сравнивается с существующими стандартами, нормами и регламентами.
6. Оценка эффективности:
Рассчитывается экономическая эффективность проекта, включая прогнозируемые доходы, расходы и окупаемость.
7. Подготовка заключения:
На основе анализа всех аспектов проекта, эксперты формируют заключение, в котором указывают степень целесообразности финансирования и реализации проекта.
Виды экспертизы инновационных проектов:
Государственная экспертиза:
Проводится государственными органами, часто при финансировании из бюджета.
Негосударственная экспертиза:
Проводится независимыми экспертами или организациями.
Комплексная экспертиза:
Проводится несколькими экспертами из разных областей знаний.
Экспертиза по отдельным направлениям:
Например, экспертиза проектной документации, экологическая экспертиза, экспертиза сметной стоимости.
Критерии оценки инновационных проектов:
Научная новизна:
Насколько проект уникален и отличается от существующих решений.
Техническая реализуемость:
Возможно ли осуществить проект с использованием доступных технологий.
Экономическая эффективность:
Насколько проект прибылен и окупаем.
Социальная значимость:
В какой степени проект полезен для общества.
Соответствие требованиям:
Соответствует ли проект действующим нормам и стандартам.
Значение экспертизы инновационных проектов:
Экспертиза помогает выявить сильные и слабые стороны проекта, оценить его риски и потенциал. Она является важным инструментом для принятия решений о финансировании и реализации инновационных проектов, а также для повышения их качества и эффективности.

12. Назовите основные методики, используемые для оценки эффективности инновационных проектов.

Для оценки эффективности инновационных проектов используются как финансовые, так и нефинансовые методы. Финансовые методы, такие как NPV, IRR, и ROI, оценивают денежные потоки и прибыльность проекта. Нефинансовые методы включают анализ жизненного цикла, SWOT-анализ, анализ чувствительности и экспертные оценки, которые позволяют оценить влияние инновации на различные аспекты деятельности компании и ее окружение.
Финансовые методы:
Чистая приведенная стоимость (NPV):
Оценивает разницу между приведенной стоимостью будущих денежных поступлений и затратами на проект. Положительное NPV указывает на экономическую целесообразность проекта.
Внутренняя норма доходности (IRR):
Показывает ставку дисконтирования, при которой NPV проекта равен нулю. IRR выше

стоимости капитала указывает на привлекательность проекта.
Индекс прибыльности (PI):
Отношение приведенной стоимости будущих денежных поступлений к начальным инвестициям. PI больше 1 указывает на то, что проект создает стоимость.
Срок окупаемости (Payback Period):
Определяет время, необходимое для возврата первоначальных инвестиций. Более короткий срок окупаемости предпочтительнее.
Дисконтированный срок окупаемости:
Учитывает эффект дисконтирования, показывая срок, за который приведенная стоимость будущих денежных потоков сравняется с первоначальными инвестициями.
Анализ чувствительности:
Исследует, как изменение входных параметров (например, цены, затраты) влияет на результаты проекта.
Метод Монте-Карло:
Использует моделирование для оценки вероятностных результатов проекта, учитывая неопределенность входных данных.
Нефинансовые методы:
Анализ жизненного цикла (LCA):
Оценивает воздействие инновации на окружающую среду на протяжении всего ее жизненного цикла.
SWOT-анализ:
Определяет сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, связанные с инновацией.
Метод экспертных оценок:
Основан на мнении специалистов, которые оценивают различные аспекты инновации.
Анализ конкурентоспособности:
Сравнивает инновацию с продуктами конкурентов, оценивая ее уникальность.
Балансированная система показателей (Balanced Scorecard):
Комплексный подход, оценивающий инновацию с четырех сторон: финансы, клиенты, внутренние процессы и обучение.
Опросы и обратная связь:
Получение отзывов сотрудников, участвующих в инновационном процессе, для оценки эффективности изменений в бизнес-процессах.

13. Какие методы и показатели оценки эффектив-ности инновационных проектов наиболее популярны и почему?

Наиболее популярными методами оценки эффективности инновационных проектов являются методы, основанные на дисконтированных оценках, такие как чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI), и внутренняя норма доходности (IRR), а также метод анализа соотношения затрат и результатов (ROI). Эти методы позволяют учесть временную стоимость денег и оценить финансовую привлекательность проекта, что делает их предпочтительными для принятия решений.
Почему эти методы наиболее популярны:
Учет временной стоимости денег:
Дисконтированные методы, такие как NPV, PI и IRR, учитывают, что деньги, полученные в будущем, стоят меньше, чем деньги, полученные сегодня, из-за инфляции и альтернативных издержек.
Более точная оценка:
Эти методы позволяют более точно оценить доходность проекта, принимая во внимание все денежные потоки на протяжении всего срока его реализации, а не только начальные инвестиции и конечные доходы.
Понятность и простота использования:
Методы, такие как ROI, просты в расчете и интерпретации, что делает их доступными для широкого круга пользователей.
Широкая применимость:
Эти методы могут быть использованы для оценки различных типов инновационных проектов, независимо от их масштаба и отраслевой принадлежности.

Другие популярные методы и показатели:
Срок окупаемости (Payback Period):
Показывает, за какое время инвестиции в проект окупятся.
Анализ безубыточности:
Определяет точку, в которой доходы от проекта начинают превышать затраты.
Балльная оценка:
Используется для оценки различных аспектов проекта по заранее определенным критериям.
SWOT-анализ:
Выявляет сильные и слабые стороны проекта, а также возможности и угрозы.
Балансированная система показателей (Balanced Scorecard):
Позволяет оценить эффективность проекта с различных сторон (финансовой, клиентской, внутренней и обучающей).
Выбор метода оценки зависит от целей и специфики проекта. Для принятия инвестиционных решений часто используются дисконтированные методы, в то время как для общей оценки эффективности проекта могут применяться и другие методы, такие как анализ безубыточности, SWOT-анализ и BSC.

14. Что такое срок окупаемости проекта и как его рассчитать?

Срок окупаемости проекта - это период времени, за который доходы от проекта покрывают все затраты на его реализацию, то есть, когда вложенные средства возвращаются инвестору. Проще говоря, это время, необходимое для того, чтобы проект вышел в прибыль.
Как рассчитать срок окупаемости:
Существуют два основных метода расчета срока окупаемости: простой и дисконтированный.
1. Простой срок окупаемости:
Используется формула: Срок окупаемости = Первоначальные инвестиции / Среднегодовая чистая прибыль
Первоначальные инвестиции - это сумма всех затрат на запуск проекта.
Среднегодовая чистая прибыль - это ожидаемая прибыль за год, полученная после вычета всех расходов.
Пример: Если инвестиции составили 1 000 000 рублей, а среднегодовая прибыль - 250 000 рублей, то срок окупаемости будет равен 4 годам.
2. Дисконтированный срок окупаемости:
Этот метод учитывает временную стоимость денег, то есть, что деньги, полученные в будущем, стоят меньше, чем деньги, полученные сегодня, из-за инфляции и других факторов.
Для расчета дисконтированного срока окупаемости используется формула, включающая в себя коэффициент дисконтирования, который показывает, насколько обесцениваются деньги со временем.
Этот метод дает более точный прогноз, чем простой, особенно для проектов с длительным сроком реализации.
Что нужно учитывать при расчете срока окупаемости:
Сферу деятельности:
Для разных отраслей срок окупаемости может значительно отличаться.
Размер вложений:
Чем больше вложений, тем, как правило, дольше срок окупаемости.
Наличие субсидий и государственной поддержки:
Если проект получает субсидии или другие виды поддержки, это может сократить срок окупаемости.
Уровень инфляции:
В условиях инфляции дисконтированный срок окупаемости будет более точным, чем простой.
Зачем считать срок окупаемости:
Оценка привлекательности проекта для инвесторов.
Прогнозирование развития проекта и рисков.
Планирование вложений и расходов.
Привлечение инвестиций.
Определение точки безубыточности (момента, когда проект начинает приносить прибыль).

15. Что означает инвестиционная привлекательность инновационного проекта?

Инвестиционная привлекательность инновационного проекта - это оценка его способности привлекать инвестиции, то есть, насколько выгодно и безопасно вкладывать в него деньги. Это комплексный показатель, который отражает потенциал проекта, его доходность и уровень рисков, связанных с реализацией. Проще говоря, это мера того, насколько проект интересен для инвесторов и насколько вероятно, что он принесет прибыль.

Более подробно, инвестиционная привлекательность инновационного проекта определяется:

Потенциалом проекта:

Насколько инновационная идея жизнеспособна, перспективна, уникальна и востребована на рынке.

Уровнем рисков:

Какие риски существуют при реализации проекта (технологические, финансовые, рыночные, политические и другие) и насколько они управляемы.

Ожидаемой доходностью:

Какую прибыль может принести проект инвесторам, каков срок окупаемости инвестиций и другие финансовые показатели.

Состоянием рынка:

Какова конъюнктура рынка, на котором будет действовать проект, и каковы перспективы развития этого рынка.

Квалификацией команды:

Насколько команда проекта компетентна, имеет опыт и ресурсы для успешной реализации.

Оценка инвестиционной привлекательности инновационного проекта проводится с использованием различных методов и подходов, включая анализ финансовой модели, SWOT-анализ, оценку рисков и другие инструменты. В итоге, инвесторы принимают решение о вложении средств, опираясь на комплексную оценку всех этих факторов.

Инвестиционная привлекательность проекта: сущность и ...

инвестиционной привлекательности проекта является стандартная оценка показателей его экономической эффективности.

16. Для чего и как рассчитывают бюджетную эффективность проекта?

Бюджетная эффективность проекта рассчитывается для оценки его влияния на доходы и расходы бюджета. Это помогает понять, насколько выгоден проект с точки зрения бюджета, и определить его финансовую целесообразность. Для расчета бюджетной эффективности необходимо определить потоки бюджетных средств, связанные с проектом, включая доходы (налоги, сборы, прибыль от реализации проекта) и расходы (инвестиции, субсидии, затраты на эксплуатацию).

Для чего рассчитывать бюджетную эффективность?

Оценка влияния на бюджет:

Определение, как проект повлияет на доходы и расходы бюджета (федерального, регионального, местного).

Обоснование финансирования:

Использование результатов расчета для привлечения финансирования, получения субсидий и других видов поддержки.

Оптимизация расходов:

Выявление способов сокращения бюджетных расходов, связанных с проектом.

Повышение эффективности:

Оценка бюджетного эффекта позволяет принимать более обоснованные решения и повышать общую эффективность реализации проекта.

Как рассчитать бюджетную эффективность?

1. Определение потока бюджетных средств:

Выявить все поступления в бюджет (налоги, сборы, дивиденды, прибыль от реализации продукции/услуг, полученных в рамках проекта) и оттоки (субсидии, инвестиции, расходы на содержание, амортизация, другие выплаты из бюджета).

Учесть как прямые, так и косвенные эффекты на бюджет, включая изменения в налоговых

поступлениях от предприятий, на которые повлиял проект.
2. Выбор показателей эффективности:
Чистый дисконтированный доход бюджета (ЧДД): Разница между дисконтированными доходами и расходами бюджета за весь срок реализации проекта.
Индекс доходности (ИД): Отношение дисконтированных доходов к дисконтированным расходам.
Бюджетный эффект: Разница между доходами и расходами бюджета, связанными с проектом.
3. Расчет показателей:
Дисконтирование денежных потоков для учета временной стоимости денег.
Применение соответствующих формул для расчета выбранных показателей (ЧДД, ИД, бюджетный эффект).
4. Анализ и интерпретация результатов:
Оценка значения показателей (например, ЧДД должен быть положительным для признания проекта эффективным с точки зрения бюджета).
Сравнение с критериями эффективности (например, целевое значение ЧДД).
Анализ чувствительности показателей к изменению исходных данных.

17. Что такое дисконтирование?

Дисконтирование - это финансовый термин, обозначающий процесс приведения будущих денежных потоков к их текущей стоимости. Иными словами, это метод оценки стоимости будущих доходов или расходов с учетом фактора времени и изменения стоимости денег. Дисконтирование учитывает, что деньги, полученные сегодня, имеют большую ценность, чем те же деньги, полученные в будущем, из-за инфляции, возможности получения дохода от инвестиций и других факторов.
Почему это важно?
Изменение стоимости денег во времени:
Деньги обесцениваются со временем из-за инфляции и упущенной выгоды от инвестиций.
Оценка инвестиций:
Дисконтирование позволяет правильно оценить прибыльность инвестиций, сравнивая их текущую стоимость с будущими доходами.
Принятие финансовых решений:
Метод дисконтирования помогает принимать обоснованные финансовые решения, например, стоит ли вкладывать деньги в определенный проект, или стоит ли брать кредит.
Основные понятия:
Будущий денежный поток:
Сумма денег, которую ожидается получить или потратить в будущем.
Текущая стоимость:
Стоимость будущих денежных потоков в текущий момент времени.
Ставка дисконтирования:
Процентная ставка, используемая для приведения будущих денежных потоков к текущей стоимости.
Коэффициент дисконтирования:
Число, на которое умножается будущий денежный поток для получения его текущей стоимости.
В заключение: дисконтирование позволяет адекватно оценивать стоимость будущих денежных потоков, учитывая фактор времени и изменение стоимости денег, что является важным инструментом для принятия финансовых решений как в личной жизни, так и в бизнесе.

Форма контроля/оценочное средство: Реферат

Вопросы/Задания:

1. Перечень тем для реферата. Для защиты готовится презентация по материалам реферата

1. Понятие и виды инноваций
2. Развитие взглядов на сущность и роль инноваций
3. Технологические уклады: типы и характеристика

4. Понятие и этапы жизненного цикла инновации
5. Инновационный процесс: сущность и содержание основных этапов
6. Инновационная сфера
7. Особенности рынка инноваций
8. Понятие и виды инновационных организаций
9. Инновационная деятельность фирмы
10. Инновационная политика предприятия
11. Организационные структуры инновационной деятельности
12. Малые формы организационных структур инновационной деятельности
13. Преимущества и недостатки крупных инновационных оргструктур
14. Назначение и характеристика технопарковых структур
15. Инновационные стратегии фирм
16. Особенности стратегий виолентов и эксплерентов
17. Особенности стратегий патиентов и коммутантов
18. Формы организации инновационной деятельности на предприятии
19. Инновационный портфель предприятия
20. Методы поиска и отбора инновационных идей
21. Эффективность инновационных проектов
22. Функциональный тип организации инновационной деятельности на предприятии
23. Экспертиза инновационных проектов
24. Тематический тип организации инновационной деятельности на предприя-тии
25. Особенности матричных структур организации инновационной дея-тельности
26. Понятие и виды рисков инновационной деятельности
27. Внутренние и внешние факторы риска инновационной деятельности
28. Государственная поддержка инновационной деятельности
29. Управление рисками инновационной деятельности
30. Пути и способы снижения инновационных рисков
31. Инновационные организации
32. Формирование инновационного портфеля предприятия
33. Финансирование инновационной деятельности
34. Прогнозирование экономических показателей инноваций на ранних стадиях проектирования
35. Методы технико-экономического обоснования инновационных проек-тов
36. Механизм государственной поддержки инновационной деятельности
37. Формы государственной поддержки инновационной деятельности
38. Инновационная политика государства
39. Методы рациональной организации НИОКР
40. Понятие и характерные особенности этапов НИОКР
41. Организационные формы инновационной инфраструктуры
42. Современные особенности и основные направления инновационной по-литики фирм
43. Источники и методы финансирования инновационных проектов
44. Развитие инновационной деятельности в России
45. Движущие силы конкуренции на рынке новаций

8. Оценочные материалы промежуточной аттестации

2 семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК*-1.2 ОПК*-4.2 ОПК*-1.3 ОПК*-4.3 ОПК*-4.4 ОПК*-4.5*

Вопросы/Задания:

1. Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие и содержание инновационного менеджмента: сущность инновацион-ного менеджмента

2. Предмет и методы изучения дисциплины. Содержание понятий «менедж-мент», «инновационная сфера»
3. История менеджмента в России Понятие и виды инноваций. Типология инно-ваций по различным классификационным признакам
4. Жизненный цикл инновации. Содержание инновационного процесса
5. Инновационная сфера. Состав и характеристика основных элементов инно-вационной сферы: рынок новшеств, рынок капитала, рынок чистой конку-ренции нововведений
6. Общая теория управления: закономерности управления различными систе-мами; управление социально-экономическими системами (организациями)
7. Внутренние характеристики организации, определяющие успех менеджмен-та. Рационалистическая концепция менеджмента
8. Внешние факторы окружающей среды и инновационной сферы, влияющие на эффективность менеджмента.
9. Инновационная концепция менеджмент
10. Инновационная организация как объект управления. Особенности инно-вационной организации
11. Государственная поддержка инновационной деятельности
12. Методологические основы менеджмента; инфраструктура менеджмента
13. Методологические основы менеджмента; инфраструктура менеджмента
14. Организационные теории, объясняющие существование и сохранение ор-ганизации в инновационной сфере
15. Цели управления инновационной организацией через призму организа-ционных теорий
16. Природа и состав функций менеджмента
17. Общие законы и закономерности управления инновационной организа-цией
18. Принципы управления, используемые ведущими инновационными орга-низациями мира
19. Понятие и содержание инновационного менеджмента: сущность иннова-ционного менеджмента
20. Классический подход. Использование научного управления классической школы менеджмента
21. Поведенческий подход. Использование концепции организационного развития
22. Системный подход. Проведение организационного проектирования
23. Функциональный подход. Использование функционально-стоимостного анализа
24. Комплексный подход. Проведение реструктуризации
25. Интеграционный подход. Проведение трансформаций на основе измене-ния собственности или организации партнерских отношений
26. Стратегический подход. Формирования стратегии организации
27. Радикальный подход. Использование реинжиниринга
28. Подход контрольных сравнений. Использование бенчмаркинга
29. Ситуационный подход. Формирование самоорганизующей системы ор-ганизации
30. Институциональный подход на основе формирования цепочки ценности
31. Сценарный подход. Разработка сценариев развития организации
32. Задачи и функции инновационного менеджмента
33. Общие функции как элементы управления
34. Моделирование ситуаций и разработка решений
35. Механизм принятия управленческих решений
36. Организационные отношения в системе менеджмента; формы организа-ции системы менеджмента
37. Анализ организационных характеристик организации по критерию соот-ветствие инновационной концепции менеджмента
38. Проектирование организационных форм менеджмента в инновационной сфер
39. Мотивация деятельности в менеджменте
40. Управление коллективом (группой) в процессе внедрения нововведений.
41. Политика внедрения нововведений.
42. Стили управления и теории лидерства
43. Факторы межличностных отношений, позволяющие преодолеть силы со-противления

нововведениям
44. Особенности инновационного стратегического поведения организаций
45. Организационно-распорядительные методы. Формы использования вла-сти
46. Экономические методы управления. Содержательные и процессуальные теории мотивации
47. Социально-психологические методы управления
48. Показатели инновационной активности и инновационной конкурентоспо-собности организаций.
49. Содержание эффективности. Затраты на управление
50. Измерение эффективности менеджмента
51. Инновационный портфель предприятия. Методы поиска и отбора инно-вационных идей
52. Оценка эффективности инновационных проектов
53. Риски инновационной деятельности Виды и общая характеристика рис-ков в инновационной деятельности.
54. Классификация факторов риска инновационной деятельности
55. Управление рисками инновационной деятельности. Выявление и оценка риска.
56. Анализ факторов риска. Методы снижения рисков инновационной дея-тельности

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Философова Т. Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «менеджмент», «экономика»: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «менеджмент», «экономика» / Т. Г. Философова, В. А. Быков; под редакцией Т. Г. Философовой. - Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 295 c. - 978-5-238-01452-4. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/83020.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Сухов В. Д. Маркетинг: учебник: учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. - Маркетинг - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. - 353 c. - 978-5-4497-1589-0. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/119289.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Соколова Н. Г. Основы маркетинга: практикум: практикум / Н. Г. Соколова. - Основы маркетинга - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2025. - 267 c. - 978-5-4497-3955-1. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/145756.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «маркетинг»: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.]; под редакцией А. В. Короткова. - Управление маркетингом - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 463 c. - 5-238-00883-X. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/142665.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики: монография: монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.]; под редакцией Е. Д. Щетининой. - Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики - Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. - 192 c. - 978-5-361-00864-3. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/110209.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Арженовский И. В. Маркетинг регионов: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «менеджмент» и «экономика»: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «менеджмент» и «экономика» / И. В. Арженовский. - Маркетинг регионов - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 135 c. - 978-5-238-02219-2. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/81791.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Черных В. В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта / В. В. Черных. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 120 c. - 978-5-8114-2824-3. - Текст: электронный. // Издательство Лань: [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/img/cover/book/212726.jpg (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для вузов: учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. - Маркетинговые исследования - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 303 c. - 5-238-00810-4. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/141811.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «коммерция», «реклама»: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «коммерция», «реклама» / Л. Чернатони, М. МакДональд; перевод Б. Л. Ерёмин. - Брендинг. Как создать мощный бренд - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 559 c. - 5-238-00894-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/142667.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Менеджмент и маркетинг: практикум: практикум / составители: О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. - Менеджмент и маркетинг - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 113 c. - 2227-8397. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/111764.html (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. https://sdo.miigaik.ru - Система дистанционного обучения МИИГАиК

2. http://economicus.ru - сайт Института "Экономическая школа", Экономический портал - сайт Института "Экономическая школа", Экономический портал. - Представлена информация по широкому спектру экономических дисциплин: труды, биографии, портреты известных экономистов; профессиональный каталог экономических ресурсов Интернет; учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, спра-вочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин

3. http://rucont.ru/gcollections - Национальный цифровой ресурс Руконт - Национальный цифровой ресурс Руконт - Сайт предлагает быстрый доступ к публикациям по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу.

4. http://www.imf.org// сайт международного валютного фонда - Предлагает обзор мировой экономики, международных валютных рынков, котировки валют

5. http://www.book.ru/ - Издательство КНОРУС - Популярная электронная библиотечная система современной учебной и научной литературы. Соответствует федеральным государственным обра-зовательным стандартам.

6. www.znanium.com - издательство ИНФРА-М - Коллекция электронных версий изданий (книг, журналов, статей и пр.), сгруппированных по тематическим и целевым признакам.

7. электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» (grebennikon.ru) - Библиотека литературы: книг, учебников, анали-тических материалов, рефератов. Подборка ссылок на экономические ресурсы Интернета.

8. ЭБС «ЮРАЙТ» (www.biblio-online.ru) - Виртуальная экономическая библиотека

9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. ArcGIS;
2. Global Mapper;
3. ГИС Панорама;
4. PostGIS;
5. PostgreSQL;
6. QGIS;
7. SAGA GIS;
8. Axioma;
9. MapInfo;
10. EFT;
11. Inkscape;
12. Kompas-3D_LT (FULL);
13. NanoCAD;
14. Anaconda;
15. Free Pascal;
16. 7Zip;
17. Microsoft Office;
18. Thunderbird;
19. Niv_Matrix;
20. Microsoft Visual Studio;

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

9.4. Оборудование и технические средства обучения

Учебная аудитория

Маркерная доска - 0 шт.
Моноблок - 32 шт.
Проектор - 2 шт.
Интерактивная панель - 1 шт.
МФУ - 1 шт.
Плоттер - 1 шт.

10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

С целью успешного освоения данного предмета студенту необходимо выполнять домашние работы по указанным преподавателям темам и представленным на занятиях материалам. Для более успешного выполнения работы студенту предлагается использование учебно-методических материалов, соответствующих указанной теме.

Самостоятельная работа студентов описывается и регулируется:

- Методическими рекомендациями по дисциплине;
- Методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы студентов МИИГАиК

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

При необходимости обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья аудиторные занятия могут быть заменены или дополнены изучением полнотекстовых лекций, презентаций, видео- и аудиоматериалов в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета. Индивидуальные задания подбираются в адаптированных к ограничениям здоровья формах (письменно или устно, в форме презентаций). Выбор методов обучения зависит от их доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Рабочая программа дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.