

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

Кафедра экономики

«Утверждаю»

Проректор по учебно-
методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«10» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1. В.ДВ.08.01 «Инновационная экономика»

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль): Финансы и кредит

Форма обучения – очная

Курс – 1

Семестр – 1

Всего зачетных единиц – 4, часов – 144

Форма отчетности: зачет – 1 семестр.

Программу разработал кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики
Л. А. Мыльникова

Одобрена на заседании кафедры экономики
«24» июня 2021 года, протокол № 8

Заведующий кафедрой Е.Е. Матвеева

Смоленск
2021

1. Место дисциплины в структуре ОП

Б1. В. ДВ.08.01 «Инновационная экономика» является дисциплиной по выбору и относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Экономическая и социальная статистика» и служит основой для освоения дисциплин «Инвестиции и инвестиционный процесс», «Основы предпринимательской деятельности и бизнес-планирование»

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
ПК-6 Способен анализировать информацию, тенденцию лучших мировых практик и уровень аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования в отрасли и в организации, оценивать ресурсные затраты на внедрение и функционирование аппаратно-информационной составляющей процесса финансового консультирования	Знать: отечественные и мировые тенденции в области аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования, понимать суть ресурсных затрат организаций и предпринимательского сектора на внедрение и функционирование аппаратно-информационной составляющей процесса финансового консультирования в условиях инновационной экономики в целях экономической безопасности организации. Уметь: анализировать информацию и тенденции в области аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования, ресурсных затрат организаций и предпринимательского сектора на внедрение и функционирование аппаратно-информационной составляющей процесса финансового консультирования в условиях инновационной экономики в целях экономической безопасности организации. Владеть: методами анализа и моделирования информации в области аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования, а также оценивания ресурсных затрат организаций и предпринимательского сектора на внедрение и функционирование аппаратно-информационной составляющей процесса финансового консультирования. в условиях инновационной экономики в целях экономической безопасности организации.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы инновационного развития экономики

Рыночная и креативная экономика. Понятие и теории инновационной экономики. Эволюционное и революционное развитие экономических систем. Механизмы взаимодействия науки, бизнеса и общества.

Тема 2. Основные элементы инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность

Инновации и инновационный процесс. Подходы, свойства, факторы и источники инноваций. Виды инноваций и их классификация. Диффузии инноваций. Технологический предел и технологический разрыв. Интеллектуальная собственность

Тема 3. Инновации и циклическое развитие экономики. Технологические уклады Инфраструктура

Технологические уклады. Кластеры высоких технологий. Стадии, этапы инновационного цикла и возможные инвесторы. Инфраструктура

Тема 4. Инновационное предпринимательство

Черты, формы и функции, цель инновационного предпринимательства. Классификация предпринимательской деятельности. Малые и крупные предприятия в инновационном бизнесе.

Тема 5. Инновационный климат

Инновационный климат и факторы, его определяющие. Инновационная активность. Экономическое влияние инновационного климата на результаты инновационной деятельности.

Тема 6. Рынок научно-технической продукции.

Научно-техническая продукция как товар. Рынок новшеств и инноваций. Объекты и субъекты рынка. Трансфер.

Тема 7. Маркетинг инноваций

Специфика и основные принципы. Маркетинг высокотехнологичных продуктов.

Тема 8. Государственное регулирование инновационной деятельности

Инновационная политика РФ: цели и задачи, инструменты регулирования и поддержки инновационной деятельности. Венчурный инновационный фонд. Институты развития финансовой инновационной инфраструктуры.

4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий				
			Лекции	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
1.	Теоретические основы инновационного развития экономики	18	2		4		12
2.	Основные элементы инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность	18	2		4		12
3.	Инновации и циклическое развитие экономики. Технологические уклады. Инфраструктура	18	2		4		12
4.	Инновационное предпринимательство	18	2		4		12
5.	Инновационный климат	18	2		4		12

6.	Рынок научно-технической продукции	18	2		4		12
7.	Маркетинг инноваций	18	2		4		12
8.	Государственное регулирование инновационной деятельности	18	2		4		12
	Итого	144	16		32		96

5. Виды образовательной деятельности

Занятия лекционного типа

Тема 1. Теоретические основы инновационного развития экономики

1. Сущность и свойства инноваций.
2. Основные этапы развития теории инноваций.
3. Инновации как продукт и инновации как процесс. Разграничение понятий «новшество» и «инновация».
4. Механизмы взаимодействия науки, бизнеса и общества. Инновационный потенциал национальной экономики
5. Экономическая роль инноваций. Установление экономического контроля над технологиями.

Тема 2. Основные элементы инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность

1. Понятия инновационной деятельности, диффузии инноваций.
2. Характеристика субъектов инновационного процесса.
3. Классификация инноваций. Виды инноваций.
4. Технологический предел и технологический разрыв.
5. Интеллектуальная собственность.

Тема 3. Инновации и циклическое развитие экономики. Технологические уклады. Инфраструктура

1. Технологические уклады. Взаимосвязь экономических циклов и инноваций
2. Базисные инновации и технологические уклады. Кластеры, приоритетные направления развития науки, техники и технологий РФ
3. Этапы и стадии инновационного цикла, взаимодействие и интересы участников инновационной деятельности.
4. Инфраструктура инновационной деятельности

Тема 4. Инновационное предпринимательство

1. Предпринимательские способности, субъекты инновационного предпринимательства, формы и функции, и основная цель.
2. Предпринимательская среда и пространство.
3. Фирма как способ организации предпринимательской деятельности.
4. Организационно-правовые формы инновационного предпринимательства.

Тема 5. Инновационный климат

1. Инновационный климат как аксиома экономического развития
2. Институциональная среда как фактор качества инновационного климата
3. Институциональный инструментальный совершенствования инновационного климата
4. Предпосылки и оценка инновационного климата локальной экономической системы
5. Формирование национальной инновационной системы (НИС).

Тема 6. Рынок научно-технической продукции

1. Рынок новшеств и инноваций. Объекты и субъекты рынка.
2. Покупательский спрос и предложение на НТП.
3. Трансфер технологий. Коммерциализация технологий.
4. Интеллектуальная собственность и нематериальные активы

Тема 7. Маркетинг инноваций

1. Основы маркетинга. Особенности маркетинга инноваций
2. Маркетинговые исследования продуктов и рынков в инновационной деятельности.
3. Жизненный цикл инновационного продукта. Продвижение инноваций.

Тема 8. Государственное регулирование инновационной деятельности

1. Инновационная политика РФ: цели и задачи.
2. Инновационное законодательство РФ. Государственные органы регулирования инновационной деятельности.
3. Инструменты регулирования и поддержки инновационной деятельности.
4. Финансирование развития инновационной деятельности.

Занятия семинарского типа

Тема 1. Теоретические основы инновационного развития экономики

Вопросы для обсуждения:

1. Зарождение и развитие инноваций.
2. Сущность и свойства инноваций
3. Современные подходы и модели инновационного процесса.
4. Определение инноваций в федеральном и региональном законодательстве РФ.
5. Механизмы взаимодействия науки, бизнеса и общества.
6. Инновационный потенциал национальной экономики

Выполните задания:

1. Проанализируйте следующие утверждения:

- «Роль надстройки в ускорении НТР в современных условиях снижается»;
«Зависимость экономики от экономических ресурсов снижается»;
«НТР не имеет отрицательных последствий»; «Человек – объект экономических отношений»;
«Человек – главная цель производства и средство её достижения»;
«Одна из целей человека – подчинить себе природу».

2. Активизации человеческого фактора может способствовать:

1. переход общества к экономике знаний;
2. ужесточение юридических законов и норм;
3. рост монополизации рынка и производства;
4. рациональное распределение благ;
5. всё верно.

3. Рыночная свобода – это

1. равенство поставщиков в конкуренции
2. свобода выбора и приобретения покупателем товара или услуги
3. свобода выбора и приобретения покупателем товара или услуги и равенство поставщиков в конкуренции
4. свобода выбора и приобретения покупателем товара или услуги, равенство поставщиков в конкуренции и налоговая свобода

Тема 2. Основные элементы инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность

Вопросы для обсуждения:

1. Инновации и инновационный процесс.
2. Необходимость инноваций в деятельности предприятия и производимые инновациями эффекты.
3. Виды инноваций и их классификация.
4. Интеллектуальная собственность

Выполните задания:

1. К нематериальным активам не относятся:

1. Секреты производства (ноу-хау)
2. Товарные знаки и знаки обслуживания
3. Программы для электронных вычислительных машин
4. Интеллектуальные и деловые качества персонала организации

2. Укажите наиболее полный правильный ответ.

К основным участникам инновационной деятельности относятся...

1. бизнес
2. бизнес, наука
3. бизнес, наука, государство
4. бизнес, наука, государство, общество

3. Установите соответствие и запишите ответ в виде последовательности цифр и букв:

ИД	Функции участников	Описание
	1. потребление	А. вложение денежных средств на реализацию этапов инновационного цикла
	2. создание	Б. информационно - аналитическое обеспечение трансфера технологий
	3. сопровождение	В. разработка и создание технологии и/или ее отдельных элементов
	4. инвестирование	Г. применение инноваций

1) 1А2Б3В4Г	2) 1Г2В3Б4А	3) 1Б2В3А4Г	4) 1В2Б3Г4А
-------------	-------------	-------------	-------------

4. В России взаимоотношения по поводу прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности) регулирует...

1. Евразийская патентная конвенция
2. Четвертая часть гражданского кодекса Российской Федерации
3. Закон о науке и государственной научно-технической политике
4. Закон федеральной службы по интеллектуальной собственности

5. Исключительное право на результат интеллектуальной деятельности – это

1. личное неимущественное право
2. объект право исключительно разрешать другим лицам использовать
3. право исключительно запрещать другим лицам использовать объект
4. право использовать объект любым не противоречащим закону способом

Тема 3. Инновации и циклическое развитие экономики. Технологические уклады. Инфраструктура

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация инноваций.
2. Технологический предел и технологический разрыв.

3. Взаимосвязь экономических циклов и инноваций, длинные волны и циклы конъюнктуры.

4. Базисные инновации и технологические уклады.

Выполните задания:

1. На каком этапе Инновационного цикла труднее всего получить финансирование:

1. Исследования
2. Разработки
3. Прототипирование
4. Малая серия
5. Серийное производство

2. Снятие риска несоответствия законам природы - смысл этапа

1. Исследования
2. Разработки
3. Прототипирование
4. Малая серия
5. Серийное производство

3. Снятие риска нереализуемости при данном уровне развития общих технологий - смысл этапа

1. Исследования
2. Разработки
3. Прототипирование
4. Малая серия
5. Серийное производство

4. Расположите в правильной последовательности стадии инновационного цикла:

- А – внедрение технологий
- Б – постановка бизнес-задачи
- В – создание технологий
- Г – эксплуатация технологий

Тема 4. Инновационное предпринимательство

Вопросы для обсуждения:

1. Предпринимательская деятельность и предпринимательские способности. Предпринимательская среда и пространство.

2. Формы и функции инновационного предпринимательства.
3. Фирма как способ организации предпринимательской деятельности. Экономическая основа инновационного предпринимательства.

4. Малые и крупные предприятия в инновационном бизнесе.

5. Предпринимательская среда и пространство.

6. Организационно-правовые формы инновационного предпринимательства.

Выполните задания:

1. Укажите наиболее полный правильный ответ.

Бизнес, как участник процесса трансфера технологий может выступать в роли:

1. создателя инноваций
2. создателя и потребителя инноваций
3. создателя, потребителя инноваций и инвестора процесса их создания
4. создателя, потребителя инноваций, эксперта и инвестора процесса их создания

2. Расположите в правильной последовательности этапы развития инновационной компании

А – Early stage, early growth («ранний рост»)

- Б – Seed («Посевная»)
- В – Start-up («старт-ап»)
- Г – Expansion («расширение»)
- Д – Exit («выход»)

- 1) АБВГД 2) ДГВБА 3) БВАГД 4) ВБАГД

Тема 5. Инновационный климат

Вопросы для обсуждения:

1. Инновационный климат и факторы, его определяющие.
2. Инвестиционный климат и инновационная активность
3. Развитие финансового рынка и его инфраструктуры. Фондовые биржи и виртуальные торговые площадки
4. Географические и демографические факторы, определяющие инновационный климат.
5. Социальные аспекты инновационной активности.

Выполните задания:

1. Установите соответствие и запишите ответ в виде последовательности цифр и букв:

Субъекты инновационной инфраструктуры	Описание
1. бизнес-инкубаторы	А. создаются с целью формирования новых предприятий
2. технологические кластеры	Б. представляют собой совокупность компаний, связанных между собой производственными связями
3. технопарки	В. объединяют научно-исследовательские институты, объекты индустрии, деловые центры, выставочные площадки, и др.
4. Инновационно-технологические центры	Г. осуществляет совместные исследования с другими компаниями, обучение студентов, переподготовку и повышение квалификации обучающихся кадров основам инновации

- 1) 1А2Б3В4Г 2) 1Г2В3Б4А 3) 1Б2В3А4Г 4) 1В2Б3Г4А

Тема 6. Рынок научно-технической продукции

Вопросы для обсуждения:

1. Научно-техническая продукция как товар
2. Интеллектуальный товар.
3. Рынок новшеств и инноваций.
4. Трансфер и коммерциализация технологий.
5. Поведение фирм в условиях несовершенной конкуренции.
6. Интеллектуальная собственность и нематериальные активы – как рыночный продукт.
7. Формы продвижения и реализации инноваций на рынке.
8. Ценовая политика и коммуникационные инструменты рынка инноваций.

Выполните задания:

1. Найдите наиболее полный правильный ответ. К изобретениям относятся...

1. продукт, устройство, вещество
2. продукт, способ, устройство, вещество
3. продукт, способ, устройство, вещество, научные теории
4. продукт, способ, устройство, вещество, программы для ЭВМ

2. Выберите наиболее полный правильный ответ:

К формам трансфера технологий относится:

1. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР
2. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР; передача прав интеллектуальной собственности
3. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР; передача прав интеллектуальной собственности; организация производства конечной продукции
4. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР; передача прав интеллектуальной собственности; организация производства конечной продукции; выполнение государственного заказа

3. Оплата работ и/или услуг заказчика - смысл формы трансфера:

1. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР
2. Передача прав интеллектуальной собственности
3. Организация производства конечной продукции
4. Выполнение государственного заказа

4. Возмездная передача прав на результаты интеллектуальной деятельности - смысл формы трансфера:

1. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР
2. Передача прав интеллектуальной собственности
3. Организация производства конечной продукции
4. Выполнение государственного заказа

5. Создание компании, которая будет выводить продукт - смысл формы трансфера:

1. Предоставление высокотехнологичных услуг и выполнение НИОКР
2. Передача прав интеллектуальной собственности
3. Организация производства конечной продукции
4. Выполнение государственного заказа

Тема 7. Маркетинг инноваций

Вопросы для обсуждения:

1. Потребительский и корпоративный рынок товаров и услуг.
2. Маркетинг высокотехнологичных продуктов.

Выполните задания:

1. Установите соответствие:

Рынок	Фактор, предопределяющий решение о покупке
1. Потребительский	А. доверие к поставщику
2. Корпоративный	Б. качество сервиса
3. Потребительский и корпоративный	В. конкуренция
	Г. семейное окружение
	Д. социальный слой
	Е. экономическая ситуация

1. 1АБГД 2АБВЕ АБ
2. 1АБГД 2ВЕ 3ГД
3. 1ГД 2АБВЕ 3ВЕ
4. 1ГД 2ВЕ 3АБ

2. Выберите верный, по Вашему мнению, ответ:

Продукт – это:

1. Только товар
2. Только услуга
3. Сочетание товара и услуги
4. Товар, услуга и сочетание товара и услуги.

Тема 8. Государственное регулирование инновационной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Политика в области инновационной деятельности.
2. Государственные органы регулирования инновационной деятельности.
3. Инновационное законодательство РФ. Специальная законодательная база об инновациях.
4. Инструменты регулирования и поддержки инновационной деятельности.
5. Финансирование развития инновационной деятельности. Институты развития финансовой инновационной инфраструктуры

Выполните задания:

1. Укажите наиболее полный правильный ответ
Государство, как участник процесса трансфера технологий может выступать в роли:

1. создателя инноваций
2. потребителя инноваций и инвестора процесса их создания
3. создателя, потребителя инноваций и инвестора процесса их создания
4. создателя, потребителя инноваций, эксперта и инвестора процесса их создания

2. Укажите наиболее полный правильный ответ.

Наука, как участник процесса трансфера технологий может выступать в роли:

1. создателя инноваций
2. создателя и потребителя инноваций
3. создателя, потребителя инноваций и эксперта
4. создателя, потребителя инноваций, эксперта и инвестора процесса их создания

Самостоятельная работа

Тема 1. Теоретические основы инновационного развития экономики

Задания для самостоятельной работы

Изучите понятие «Новая экономика», основные характеристики, условия возникновения и развития. Черты информационной, «новой экономики». Сектора «новой экономики», показатели и критерии отнесения отрасли к «новой экономике». Приведите сравнительную характеристику компаний традиционной и «новой экономики», отличительные черты компаний «новой экономики».

Тема 2. Основные элементы инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность

Задания для самостоятельной работы

Определите причины неопределенности процессов принятия решений и диффузии инноваций в рыночной экономике.

Дайте характеристику технологическому пределу и технологическому разрыву. Изучите классификацию инноваций А.И. Пригожина, Ю.В. Яковца, Пэвита и Уолкера и др.

1. Расположите в правильной последовательности этапы инновационного процесса

- А – Малая серия
- Б – Исследования
- В – Разработки
- Г – Прототипирование
- Д – Серийное производство

- 1) АБВГД 2) ДГВБА 3) БВГАД 4) ВБАГД

2. Срок действия авторских прав составляет...

1. 50 лет с момента создания
2. 70 лет с момента создания
3. в течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти
4. в течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти

3. К объектам авторских прав относятся...

1. произведения науки, литературы, искусства и программы для ЭВМ
 2. программы для ЭВМ и произведения народного творчества (фольклор)
 3. произведения народного творчества (фольклор) и нормативные акты
 4. нормативные акты и произведения науки, литературы и искусства
- 1.

4. Найдите наиболее полный правильный ответ.

Промышленная собственность включает права, относящиеся к...

1. изобретениям, полезным моделям
2. изобретениям, полезным моделям и промышленным образцам
3. изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам и ноу-хау
4. изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам, ноу-хау и товарным знакам

Тема 3. Инновации и циклическое развитие экономики. Технологические уклады. Инфраструктура

Задания для самостоятельной работы

Изучите и выделите кластеры высоких технологий: опыт штатов США, приоритетные направления развития науки, техники и технологий РФ, перечень критических технологий РФ. Выделите основные особенности, различия и перспективы формирования

Инновационная инфраструктура в современной России?

Структурные единицы новой экономики. ТНК?

Инновации в банковском секторе?

1. Под инновационной инфраструктурой принято понимать...

1. уровень экономического развития страны (региона)
2. уровень законодательной базы в области инновационной деятельности

3. совокупность организаций (региона), ведущих инновационную деятельность
4. комплекс взаимосвязанных структур, обслуживающих и обеспечивающих реализацию инновационной деятельности

2. Назначение инновационной инфраструктуры заключается в ...

1. обеспечении высокотехнологичных проектов ресурсами
2. понижении рисков неудач высокотехнологичных проектов
3. отборе и последующем ведении высокотехнологичных проектов
4. информационном и законодательном обеспечении высокотехнологичных проектов

3. Укажите наиболее полный правильный ответ.

К субъектам инновационной инфраструктуры можно отнести:

1. технопарки
2. технопарки, технологические кластеры
3. технопарки, технологические кластеры, бизнес-инкубаторы
4. технопарки, технологические кластеры, бизнес-инкубаторы, бизнес школы

Тема 4. Инновационное предпринимательство

Задания для самостоятельной работы:

Изучите вопросы экономической организации. Природу фирмы.

Разработайте бизнес-проект.

1. Установите соответствие и запишите ответ в виде последовательности цифр и букв:

Стадия развития инновационной компании

Возможные инвесторы

- | | |
|--|--|
| 1. Seed («Посевная») | А. выход на фондовый рынок и эмиссия акций |
| 2. Start-up («старт-ап») | Б. фонды прямых инвестиций и банковские кредиты |
| 3. Early stage, early growth («ранний рост»), Expansion («расширение») | В. венчурные фонды |
| 4. Exit («выход») | Г. бизнес-ангелы, «посевные» инвесторы, «посевные» фонды, государственные фонды и гранты |

- 1) 1А2Б3В4Г 2) 1Г2В3Б4А 3) 1Б2В3А4Г 4) 1В2Б3Г4А

Тема 5. Инновационный климат

Задания для самостоятельной работы:

Изучите:

Политическую ситуацию и нормативно-правовые условия развития инновационной деятельности

Экономическое влияние инновационного климата на результаты инновационной деятельности

Институциональный инструментальный совершенствования инновационного климата

Решите задачу

Допустим, что изначально на рынке действуют две фирмы. Пусть на первом этапе фирмы предпринимают инновационные инвестиции в размере x .

Исследовательская деятельность требует затрат, функция которых представлена в виде: $Ei(xi) = i \cdot (xi)^2$. На втором этапе фирмы выходят на продуктовый рынок, где между ними разворачивается конкуренция по Курно. Спрос на продуктивном рынке представлен в виде: $P(Q) = a - Q$. Инновационные инвестиции объемом x способствуют снижению предельных издержек производства. Кроме того, в инновационной деятельности проявляется внешний эффект: конкурирующая фирма может уменьшить свои предельные издержки в результате инноваций, совершенных другой компанией. Функция предельных издержек каждой фирмы выглядит следующим образом: $Ci(xi; xj) = k - xi - \beta xj$, где β — уровень внешнего эффекта.

1. Какой объем инновационных инвестиций выберут фирмы, максимизирующие свою прибыль на продуктивном рынке, если они принимают инновационные решения независимо друг от друга?

2. Какой объем инновационных инвестиций выберут фирмы, максимизирующие свою прибыль на продуктивном рынке, если они принимают инновационные решения в кооперации друг с другом?

Тема 6. Рынок научно-технической продукции

Задания для самостоятельной работы:

Изучите поведение фирм в условиях несовершенной конкуренции. Классический подход А.Смита и А.Маршалла. Теория Й. Шумпетера. Модель Эрроу и ее модификации. Исследование Ланна и Мартина. Подход Шерера Ф. Как выбрать правильный вариант коммерциализации?

Решите задачу

Предположим, что спрос на конкурентном рынке равен: $P = 100 - 2Q$ и что текущие предельные издержки производства постоянны и составляют 60 долл. Теперь предположим, что в результате инновации предельные издержки удастся снизить до 40 долл. покажите, что это незначительная (некардинальная) инновация.

Насколько нововведение должно было снизить предельные издержки, чтобы мы могли отнести данную инновацию к кардинальной? Какова прибыль инноватора в этих двух случаях?

Тема 7. Маркетинг инноваций

Задания для самостоятельной работы:

Изучите конкуренцию и поведение конкурентов. Как осуществляется продвижение инноваций?

3. Выберите верный, по Вашему мнению, ответ:

Главным в современном маркетинге является:

1. Качество продукта
2. Объем производства
3. Стимулирование продаж
4. Удовлетворение потребностей

4. Расположите признаки высокотехнологичного продукта в порядке уменьшения значимости согласно экспертному опросу Эрика Виардо:

- А. Часто меняется и улучшается
- Б. Является инновационным для рынка
- В. Предназначен для определенного рынка
- Г. Встроен в высокотехнологичные приложения
- Д. Требуется больших затрат на исследования и разработку
- Е. Использует последние научные и технологические достижения

1. АБВГДЕ

2. ЕГВБАД

3. ЕАБДВГ

4. ГВДБАЕ

5. Найдите наиболее полный правильный ответ:

Потребительский и корпоративный рынки отличаются:

1. Покупателями
2. Покупателями и объемом
3. Покупателями, объемом и мотивацией
4. Покупателями, объемом, мотивацией и валютой.

Тема 8. Государственное регулирование инновационной деятельности

Задания для самостоятельной работы:

Подготовьте доклад на тему:

1. Инновационная политика государства, концепция научно-технического развития РФ.

2. Барьеры и тенденции инновационного развития в локальной экономической системе (на примере Смоленской области).

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

Тестовые задания (пример)

1. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:

1. концерны и ассоциации;
2. общественные академии;
3. технопарки.

2. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является

1. Правительственная комиссия по научно-технической политике;
2. Миннауки и технологий РФ;
3. Министерство экономики РФ;
4. Государственная Дума.

3. Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:

1. продуктовая;
2. функциональная;
3. ресурсная;
4. организационно-управленческая;
5. ситуационная.

4. Инновация это:

1. новшество;
2. нововведение;
3. инновационный процесс;
4. инновационная деятельность;
5. инновационный потенциал.

5. Среди индивидуальных и коллективных методов экспертных оценок выделите коллективные:

1. оценка типа «интервью»;
2. метод «мозговой атаки»;

3. метод морфологического анализа;
4. метод «635»;
5. метод «комиссий»;
6. метод «Дельфи»;
7. метод взвешенных оценок;
8. аналитическая экспертная оценка.

6. Ко второму этапу жизненного цикла инноваций относится:

1. ОКР;
2. фундаментальные НИР;
3. коммерциализация;
4. прикладные НИР.

Ключ:

1.	3
2.	1
3.	1, 2, 3
4.	2
5.	2, 4, 5, 6, 7
6.	4

Шкала оценивания тестов

Критерии оценки уровня овладения студентами компетенциями использованием теста по учебной дисциплине.

Таблица 1

Оценка		Характеристики ответа студента
Отлично	Зачтено	90-100% правильных ответов
Хорошо		71-89%
Удовлетворительно	Не зачтено	51-70%
Неудовлетворительно		Менее 50%

II. Задания для контрольной работы и критерии её оценки

Вариант 1

1. Какова сущность инновации и нововведения. Каковы признаки новшества и виды новшеств. Кто является родоначальником теории инноваций? 2. Каковы признаки инновации? 3. Что такое экономический цикл? Какие виды циклов вы знаете? 4. Охарактеризуйте классификацию инноваций по Й. Шумпетеру. Что он считал изобретением, а что инновацией? 5. Какие авторские классификации инноваций вы знаете? Перечислите авторов и раскройте содержание одной из них. 6. Представить жизненный цикл изделия (структуру процесса создания и освоения новой техники). 8. Представить схему жизненного цикла малой венчурной фирмы и указать особенности цикла.

Кейс-ситуация

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

бизнеса. Начало 1990-х гг. было трудным моментом в истории отечественной отраслевой науки: бюджетное финансирование резко сократилось, традиционные заказчики оказались на грани банкротства. Уровень оплаты труда работников НИИ порой не соответствовал даже прожиточному минимуму. Не было исключением и Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности, где трудились те, кто составляет сейчас кадровое ядро «Реликта». Именно в этот период у них родилась бизнес-идея, с реализации которой началась история компании. Научный коллектив подошел к проблеме «выживания» с маркетинговой точки зрения и, перед тем как выйти на рынок, провел маркетинговое исследование. Целью этого этапа было определение места сосредоточения платежеспособного спроса. Выяснилось, что это те же люди, кто приобретает автомобили. Было принято решение об использовании разработанной в НИИ уникальной технологии по соединению лоскута в производстве чехлов для автомобилей. Благодаря этой запатентованной технологии лоскутное (а значит, более дешевое) изделие казалось непосвященному человеку сшитым из полноценной ткани и при этом искусно декорированным. Коллектив приобретал по бросовым ценам фабричные производственные отходы — остатки дорогих натуральных тканей и мехов — и шил качественные долговечные чехлы. Сбывали продукцию также без посредников. Товар пользовался огромным спросом. Были заключены договоры с простаивающими ателье, и бизнес пошел в рост. Однако через некоторое время коллектив верно спрогнозировал падение спроса на свою продукцию. Во-первых, появились дешевые импортные аналоги, а во-вторых, сама продукция перестала быть настолько актуальной. Коллектив «Реликта» переориентировался на новую нишу... Новый рынок. Новая ниша, которую выбрали себе ученые, — пошив спецодежды. Во-первых, здесь можно успешно использовать технологические разработки сотрудников НПЦ «Реликт». 23 Рабочая одежда должна быть прочной и долговечной, поэтому для нее используются особые ткани, требующие особой технологии пошива. С другой стороны, ткани и технологии не должны быть дорогостоящими, так как уровень цен на такую продукцию должен оставаться невысоким. Успех нового предприятия строился на том, что сотрудники компании смогли правильно спрогнозировать ситуацию на рынке профессиональной одежды и грамотно оценить характер и объем спроса. К середине 1990-х гг. на рынке России появились компании, готовые платить за корпоративную одежду, являющуюся частью фирменного стиля. Причем каждая компания требовала эксклюзивной продукции, с одной стороны, и ее многофункциональности — с другой. Технология «Реликта» давала возможность гибкого реагирования на нужды заказчика, при этом сохранялась низкая себестоимость, что создавало и значительное ценовое преимущество перед западными конкурентами. Компания начала с уже освоенного платежеспособного сектора автосервисов, которые приобретали форму для автослесарей, мойщиков автомобилей и технического персонала. Затем стали поступать заказы от медицинских учреждений, охранных агентств, магазинов авиакомпаний и т. д. Необходимость частой смены моделей и работа малыми партиями (от 20 до 100 единиц) сдерживали рост бизнеса. Исполнение заказа требовало оперативности, а затраты на переподготовку производственных мощностей под новый заказ составляли 50 % от всей стоимости проектов и требовали не только средств, но и времени. И тогда «Реликт» внедрил еще одну инновацию — компьютерную систему проектирования спецодежды. С ее помощью удалось сократить подготовительный цикл работ перед запуском модели в производство в пять — семь раз. За один рабочий день теперь можно было успеть нарисовать эскиз, сделать лекала на все заказанные размеры и выкройки, рассчитать сколько понадобится ткани, описать все технологические операции их последовательность для конкретной модели. Успех такой программы был очевиден, и фирма «Реликт» получила значительное конкурентное преимущество на рынке

профессиональной одежды, но на очереди была другая инновация... Новая стратегия бизнеса. Вместо того чтобы использовать свое ноу-хау и получать сверхприбыль в выбранном секторе, компания нашла новое рыночное окно великолепной перспективой роста. «Реликт» продает свою запатентованную технологию конкурентам, имеющим крупные производства (что позволяет использовать эффект экономии на масштабах), и сосредотачивает свою деятельность на создании компьютерных технологий для швейных производств разной направленности. К концу 1990-х гг. программный продукт «Реликта» использовали не только компании, специализирующиеся на пошиве спецодежды, но и предприятия по пошиву мужских и женских 24 костюмов, детской одежды, меховых и кожаных изделий. Свою продукцию компания стала реализовывать и мебельным производителям, т.к. при использовании уникальной компьютерной технологии «Реликта» себестоимость производства мягкой мебели снизилась на 5-7%. Последней новацией стало создание компьютерной программы, позволяющей персонализировать каждую единицу продукции под индивидуальные особенности фигуры человека. Целевым рынком «Реликта» являются небольшие, быстро развивающиеся швейные предприятия с числом занятых около 30 человек и ежегодным оборотом приблизительно 500 тыс. долл. в год. Таких предприятий в России около полутора тысяч. Однако лишь четвертая часть из них готова к профессиональному использованию компьютерных технологий. Но и те компании, которые внедряют новые технологии, также ограничены в средствах, поэтому «Реликт» дифференцировал свою продукцию и старается удовлетворить различные требования клиентов. Для продвижения своей продукции компания воспользовалась механизмом государственной поддержки малого бизнеса. В России есть Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Покупатели компьютерной технологии «Реликта» могут получать через фонд необходимое для ее установки оборудование на выгодных лизинговых условиях. А стоимость вычислительной техники и периферии составляет 50–70% от общих затрат по внедрению компьютерного проектирования одежды. Благодаря этому нововведению продажи «Реликта» выросли на 60%. Таким образом, активная инновационная политика и грамотный маркетинговый подход обеспечили компании «Реликт» устойчивый рост и перспективы развития на рынке России.

Контрольные вопросы и задания: 1. Перечислите все инновации компании «Реликт», определите тип инноваций и предпосылки их осуществления. 2. Что, на Ваш взгляд, обеспечило успех нововведений компании? 3. На основе имеющейся информации проведите SWOT-анализ для определения перспектив внедрения последней инновации компании «Реликт» — фокусирование на производстве компьютерных технологий для швейных производств.

Вариант 2

1. Каковы внешние и внутренние факторы инновационной восприимчивости организации. Значение рутинности в инновационном процессе. 3. В чем заключаются особенности рационалистической (традиционной) концепции управления. 4. Охарактеризовать особенности (черты) инновационной организации? 5. Какие микроизменения внешней среды и как они влияют на эффективность управления инновационной сферой? 7. Какие макроизменения внешней среды и как влияют на эффективность управления инновационной сферой? 8. Перечислить факторы, усиливающие инновационную восприимчивость организации.

Кейс-ситуация

Компания «Вимм-Билль-Данн» является одним из крупнейших российских производителей продуктов питания. Сфера деятельности компании – это рынок

кисломолочных продуктов и соков. Продукция компании отличается широким ассортиментом и высоким качеством. Компания действует в среднем ценовом сегменте, ориентируясь на людей со средним достатком и состоятельных. В 2002 г. руководство компании приняло решение о необходимости корректировки корпоративного имиджа с целью придания компании большей инновативности и динамичности. Научный центр и Управление маркетинга разработали и успешно реализовали принципиально новый проект «NEO». Основным источником новой идеи NEO явился сам рынок. Среди самых значительных тенденций развития потребительского рынка России можно выделить рост интереса к «продуктам с идеей». Данная тенденция является частью более глобальной проблемы индивидуализации современного потребителя. Люди готовы тратить дополнительные средства на приобретение не просто хорошего качественного товара, а товара, способного удовлетворить особые индивидуальные потребности человека, вытекающие из его представлений о собственном имидже и стиле жизни. Данная особенность потребления становится в настоящее время глобальной, так как затрагивает потребление не только товаров 18 предварительного выбора или особого спроса – автомобили, недвижимость, бытовая техника, одежда и т. д., – но и товары повседневного спроса. В первую очередь это касается продуктов питания. На первом этапе данная тенденция проявилась в удовлетворении спроса на обогащенные продукты, среди которых особое место занимает продукция компании «Вимм-Билль-Данн». Целевым рынком в данном случае является средний сегмент. Однако в ходе маркетинговых исследований была выделена еще одна существенная тенденция развития потребительского рынка России – это рост потенциала премиальных, или дорогих, сегментов. Соединив эти две тенденции, компания «Вимм-Билль-Данн» решает выйти на новый для нее премиальный сегмент с новым «продуктом с идеей». На первом подготовительном этапе работа над проектом осуществлялась параллельно. В Маркетинговом управлении шла разработка маркетинговой концепции нового бренда, а в Научном центре работали над созданием опытных образцов будущего продукта. Результатом реализации первого этапа стало появление трех концепций нового товара, которые в ходе совместного обсуждения трансформировались в окончательный вариант «NEO». На втором этапе было проведено многоэтапное тестирование продукта и самой концепции бренда. Были созданы специальные фокус-группы из потенциальных потребителей (этот метод уже давно используется компанией), которым предлагалось, с одной стороны, дегустировать продукцию, а с другой – оценить привлекательность идеи нового бренда. Параллельно проводилось тщательное лабораторное тестирование продукта и корректировка в соответствии с мнением фокус-групп. К тестированию новинки были также привлечены постоянные дистрибьюторы компании и независимые эксперты в виде специализированных консалтинговых агентств. В результате бренд NEO приобрел следующее позиционирование: - имидж NEO – яркие идеи и инновации; - основные конкурентные преимущества – индивидуализированный продукт с идеей новой жизни: новейшие методы обогащения, уникальная польза, палитра вкуса, натуральные ингредиенты, легкость, инновационный дизайн, качество продукции компании «Вимм-Билль-Данн»; - продуктовая линия состоит из четырех ассортиментных групп, каждая со своей идеей и зонтичным брендом: фруктово-молочные коктейли «Мажитель» – идея мягкого бархатного вкуса; кисломолочный биопродукт «Bio-vit» – сочетание витаминов и нового вкуса; низкожирный биоогурт и сок «Joy-fit» – идея легкости; целебный пробиотический продукт с лактокультурами «Имунеле» – идея укрепления здоровья; - целевой рынок NEO – это потребители в возрасте 25-35 лет, с высоким уровнем дохода, успешные новаторы, заботящиеся о своем здоровье и дающие высокую оценку нестандартным решениям. 19 Третий этап реализации инновационного проекта заключался в запуске новой линии по производству

продукции NEO. Компания использовала принцип синергии производственного процесса, когда для производства нового товара используются старые поставщики ингредиентов, уже существующие технологии, единая система управления качеством и т. д. Основной затратной частью проекта явилась закупка и установка принципиально новой для компании упаковочной линии. При этом упаковке, как отражению имиджа продукта было уделено особое внимание, и ее доля в себестоимости продукции составила 35 %. В целом компания ожидает полную окупаемость новой линии через два года после ее запуска. Ценовая политика по отношению к новому товару заключалась в установлении уровня цен в среднем на 30 % выше среднего уровня цен т кислomолочные продукты. Однако в силу уникальности товара и практически полного отсутствия аналогов, конечная цена устанавливалась исходя из ожидаемой ценности товара и минимально приемлемой маржи для компании. За 2003 г. – год введения на рынок продукции NEO – средняя маржа прибыли составила 60 %. Этот показатель является достаточно высоким для отрасли в целом и очень высоким для первой стадии жизненного цикла товара. Коммуникационная политика заключалась в максимально возможном применении всего комплекса promotion-mix. Основной задачей было информировать потребителя о появлении нового бренда и позиционировать его как воплощение новых идей и инновационных открытий. Рекламная кампания должна носить эмоциональную окраску и быть нестандартной, интригующей и яркой. Основная мысль рекламной кампании заключается в том, что все в мире начинается с необычных идей. Именно простые на первый взгляд идеи помогли человеку двигаться в будущее. Единым слоганом рекламной кампании стал: «NEO» – идеи новой жизни!» На основании этих задач и концепции бренда была разработана медиастратегия. Рекламная кампания началась за несколько дней до выхода товара на рынок (здесь необходимо учитывать, что товар проходит дистрибьюторскую сеть за месяц). Были задействованы практически все средства рекламы: телевидение, наружная реклама, реклама в метро, рекламные материалы для мест продажи. При разработке рекламной концепции Маркетинговое управление компании «Вимм-Билль-Данн» активно сотрудничало с рекламными агентствами на основе постановки конкретных задач и предоставления брифов. В результате на национальном телевидении появились два ролика. Первый корпоративный ролик по бренду «NEO» (10 с) и второй – по йогурту с соком Joy-Fit (20 с). Наружная реклама бренда была размещена в Москве и Самаре форматом 3 x 6 м с выносным элементом. Реклама в метро состояла из стикеров на дверях вагонов на шести линиях Московского метрополитена форматом 35 x 15 см с фигурной вырубкой. Покупателя информировали о появлении четырех видов продукции NEO. Реклама в прессе включала размещение информативных статей по «Имунеле». Целью кампании были продвижение категории обогащенных продуктов, информирование о появлении нового бренда «NEO» и освещение результатов клинических исследований и апробации, подтверждающих полезные свойства продукта «Имунеле». Использовались следующие журналы: «Караван историй», «Домашний очаг», «Семь дней», «Здоровье», «Лиза», «Добрые советы», «АиФ Москва», Shape, Mmi, ELLE, Men's Health, Cosmopolitan. Было решено активно использовать BTL-технологии. Состоялась пресс-конференция для журналистов на запуск бренда «NEO» в отеле «Мариотт Гранд Отель». Проведена рассылка пресс-китов и образцов продукции в ведущие издания. Организована конференция для отдела продаж и дистрибьюторов с дегустацией продукта. Разработана отдельная программа продвижения нового бренда через поликлиники путем информирования терапевтов о полезных свойствах продукта, размещения рекламных материалов и дегустации продуктов линии «NEO». Дегустация продукции осуществлялась в крупнейших супермаркетах, спортивных клубах и аптеках с раздачей рекламных материалов. В качестве средства стимулирования сбыта был организован конкурс по продаже

продуктов «NEO» среди сотрудников отдела продаж компании и дистрибьюторов. Общий бюджет рекламной кампании определялся целевым методом при учете конкурентного паритета и составит от 1 до 5 млн. долл. Сбытовая политика направлена на использование крупных постоянных дистрибьюторов компании «Вимм-Билль-Данн», которым были рекомендованы основные розничные сети, однако окончательный выбор был за дистрибьюторами. В первые месяцы запуска география сбыта ограничена Московским регионом, затем планируется выход на другие региональные рынки, в первую очередь на крупные города России. Результаты: Бренд «NEO» был выпущен на рынок в апреле 2003 г. С этого момента наблюдается активный рост объема продаж продукции как в натуральном, так и в денежном выражении. По большинству продуктов в 2003 г. произошло перевыполнение плана продаж и прибыли. По данным количественного исследования, проведенного компанией IMCA в июне 2003 г., через два месяца после запуска полное знание марки «NEO» среди целевой аудитории в Москве составило 52%. Что касается формирования имиджа нового бренда, то он оказался эмоционально привлекательным для потребителей, вызывает интерес своей новизной, 21 представляется ультрасовременным и динамичным. С рациональной точки зрения бренд ассоциируется с «правильным образом жизни» и здоровьем. Исследования показали, что бренд получил позитивное отношение рынка и обладает значительным потенциалом. Основные причины успеха инновации руководство компании «Вимм-Билль-Данн» видит в своевременном и грамотном заполнении рыночного окна – спроса на «продукты с идеей» в премиальном сегменте. Благодаря активной маркетинговой стратегии это окно стало оптимальной нишей для новой продукции, а также произошло полное совпадение корпоративного позиционирования бренда «NEO» и позиционирования его потребителем.

Контрольные вопросы и задания: 1. Сформулируйте стратегические и тактические цели осуществления инновационного проекта «NEO». 2. Постройте матрицу SWOT-анализа для данной инновации и оцените степень будущего успеха проекта. 3. Какие коррективы Вы можете внести в маркетинговую программу по запуску нового бренда «NEO»?

Таблица 2

Критерии оценки контрольной работы

Оценка	Характеристики ответа студента
Зачтено	Дан верный ответ на теоретические вопросы, правильно решена задача. Студент глубоко усвоил теоретический материал, логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, правильно делает выводы по задаче.
Не зачтено	Дан неполный ответ на теоретические вопросы, задача не решена, пояснения и выводы отсутствуют.

III. Рефераты (доклады) по курсу

Темы:

1. Инфраструктура рыночной экономики.
2. Теория инноваций и ее современные концепции.
3. Инновационное развитие экономики на макроуровне.
4. Российская национальная инновационная система.
5. Структура и особенности промышленной инфраструктуры.

6. Финансовая инфраструктура инноваций.
7. Информационная инфраструктура инновационной деятельности.
8. Социальная инфраструктура нововведений: структура и особенности.
9. Подготовка и переподготовка кадров для инновационной сферы.
10. Сетевая информационная инфраструктура: понятие инновационной сети.
11. Инновационная деятельность предприятия.
12. Экономика знаний и управление знаниями как элемент инновационной деятельности на предприятии.
13. Инновационный потенциал.
14. Инновационный климат.
15. Институциональная среда как фактор качества инновационного климата.
16. Инновационное развитие локальной экономической системы.
17. Барьеры и тенденции совершенствования инновационного развития.
18. Управление интеллектуальной собственностью в процессе управления инновациями.
19. Регулирование инновационной деятельности, его виды и уровни.
20. Формы и методы государственного регулирования инновационной деятельности.
21. Мировой опыт инновационного развития.

Требования к написанию реферата

Реферат (от латинского «*referre*» – докладывать, сообщать) – небольшая письменная работа, посвященная определенной теме, обзору источников по какому-то направлению. Обычно целью реферата является – сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме.

Структурными элементами реферата являются:

1) титульный лист;

Титульный лист является первой страницей реферата, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

На титульном листе приводят следующие сведения:

наименование ВУЗа; наименование факультета; наименование кафедры; тема реферата; фамилия и инициалы студента (слушателя); должность, ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя реферата; место и дата составления реферата

2) оглавление;

Оглавление включает введение, наименование всех глав, разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование) и заключение с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы реферата.

3) введение;

Введение должно содержать оценку современного состояния решаемой проблемы. Во введении должны быть показаны актуальность темы, цели и задачи, которые будут рассматриваться в реферате, а также методы, которыми воспользовался студент для рассмотрения данной темы работы.

4) основная часть;

Основную часть реферата следует делить на главы или разделы (не менее 2-х). Разделы основной части могут делиться на пункты и подразделы. Пункты, при необходимости, могут делиться на подпункты. Каждый пункт должен содержать законченную информацию.

5) заключение;

Должно содержать краткое обобщение и выводы по результатам выполненной работы

6) список использованных источников;

Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1. - 2003

7) приложения.

В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной работой, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть.

В приложения могут быть включены:

- 1) материалы, дополняющие реферат;
- 2) таблицы вспомогательных цифровых данных;
- 3) иллюстрации вспомогательного характера;
- 4) другие документы.

Правила оформления реферата

Реферат должен быть выполнен машинописным способом на одной стороне листа белой бумаги через полтора интервала и 14 шрифтом.

Текст реферата следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое - не менее 30 мм, правое - не менее 10 мм, верхнее - не менее 15 мм, нижнее - не менее 20 мм.

Объем реферата: не более 20 страниц.

Все линии, буквы, цифры и знаки должны быть одинаково черными по всему реферату.

Заголовки структурных элементов реферата и разделов основной части следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

Страницы реферата следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту отчета. Номер страницы проставляют посередине листа в нижнем поле без точки в конце.

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц реферата. Номера страниц на титульном листе и в оглавлении не проставляют.

Ссылки на источники следует указывать порядковым номером по списку источников, выделенным двумя косыми чертами. Оформление ссылок - по ГОСТ 7.1.- 2003.

Требования к подготовке докладов

Изучение курса «Инновационная экономика» предусматривает участие студентов в научно-исследовательской работе, включая подготовку докладов. Тему работы студент определяет самостоятельно, посоветовавшись с преподавателем. Примерные темы работ приводятся в качестве приложений к планам семинарских занятий и в перечне примерных вопросов для повторения курса.

Выполнение работы требует: составления её плана, который включает введение, основную часть и заключение; внимательного изучения источников по избранной теме; тщательного анализа экономических законов, категорий, форм их проявления и реализации; использования статистического материала, монографий, статей из экономических журналов и т.п.; знания и самостоятельной оценки фактических данных; максимальной самостоятельности и творчества.

При оформлении работы на титульном листе указывается название вуза, факультета, кафедры; курс, фамилия, имя, отчество автора работы и научного руководителя; тема работы и год.

Во введении обосновывается актуальность, формулируются задачи и цели. В заключении излагаются выводы и предложения автора. В основной части работы аргументированно, логично и последовательно раскрываются содержание темы, основные её теоретические и практические проблемы.

В тексте обязательны ссылки на источники. При этом указывается автор, название работы, место и год издания, страница (например, Экономика внешних связей России / под ред. А.С. Булатова. – М.: БЕК, 1012. – С 57; Афанасьев М. Управление сбалансированностью федерального бюджета: иностранный долг перед Россией / М. Афанасьев, И. Кривоногов // Вопросы экономики. – 2005. – №4. – С. 14).

В конце работы составляется список использованной литературы. Вначале указываются государственные документы, законодательные акты, статистические сборники. Названия всех других источников располагаются по алфавиту фамилий их авторов или названий сборников.

Защита работы происходит на семинарском занятии, на научной конференции либо в другой форме. При этом в краткой форме излагаются основные положения работы и выводы автора.

Лучшие научные работы студентов могут быть рекомендованы для участия в университетском конкурсе научных студенческих работ, в университетской или межвузовской научной конференции, а также для участия во Всероссийском конкурсе студенческих научных работ.

Таблица 3

Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста Макс. - 5 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 5 баллов	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - владение понятийным аппаратом; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 5 баллов	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Выводы по изложенной информации с указанием практической значимости работы Макс. – 5 баллов	- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

5.требований к оформлению Макс. – 5 баллов	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
6. Грамотность Макс. - 5 баллов	- грамотность и культура изложения; - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.
7. Приложения – фотографии, схемы, чертежи, карты, статистические данные, диаграммы) Макс. – 5 баллов	- наличие материалов, содержательно иллюстрирующих и дополняющих текст реферата; - приложения оформлены в соответствии с требованиями

Оценивание реферата (доклада)

Оценивается по балльной шкале, балы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

25 и более баллов – «отлично» (зачтено);

19–24 баллов – «хорошо» (зачтено);

15–18 баллов – «удовлетворительно» (зачтено);

менее 15 баллов – «неудовлетворительно» (не зачтено).

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

IV. Решение задач (пример)

На реализацию инновационного проекта организация планировала потратить 80 тыс. руб., а фактически было инвестировано на 13,75% меньше. Планируемая себестоимость производства и реализации инновационной продукции должна была составить 12 тыс. руб., а фактически увеличилась на 0,5 тыс. руб. Определите показатели производственного ресурсосбережения и расхода инвестиционных средств.

Решение:

Показатель расхода инвестиционных

$$D_{\text{ри}} = \frac{I_{\text{ф}}}{I_{\text{пл}}} \times 100\% = \left(\frac{12 + 0,5}{12} \right) \times 100\% = 104,16\%$$

средств

Показатель производственного ресурсосбережения

$$D_{\text{пр}} = \frac{C_{\text{ф}}}{C_{\text{пл}}} \times 100\%, \quad D_{\text{пр}} = \left(\frac{80 - 80 \times 0,1375}{80} \right) \times 100\% = 86,25\%$$

Ответ: 86, 25; 104,16%.

Критерии оценивания решаемых задач самостоятельно и на практических занятиях:

«Зачтено»

Оценка «зачтено» выставляется, если задача решена полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная вычислительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу.

«Не зачтено»

Оценка «не зачтено» выставляется, если решение неверно или отсутствует

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Примерные варианты тестовых заданий

1. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:
 2. концерны и ассоциации;
 3. общественные академии;
 4. технопарки.

2. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является
 1. Правительственная комиссия по научно-технической политике;
 2. Миннауки и технологий РФ;
 3. Министерство экономики РФ;
 4. Государственная Дума.

3. Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:
 1. продуктовая;
 2. функциональная;
 3. ресурсная;
 4. организационно-управленческая;
 5. ситуационная.

4. Инновация это:
 1. новшество;
 2. нововведение;
 3. инновационный процесс;
 4. инновационная деятельность;
 5. инновационный потенциал.

5. Среди индивидуальных и коллективных методов экспертных оценок выделите коллективные:
 1. оценка типа «интервью»;
 2. метод «мозговой атаки»;
 3. метод морфологического анализа;
 4. метод «635»;
 5. метод «комиссий»;
 6. метод «Дельфи»;
 7. метод взвешенных оценок;

8.аналитическая экспертная оценка.

6. Ко второму этапу жизненного цикла инноваций относится:

- 1.ОКР;
- 2.фундаментальные НИР;
- 3.коммерциализация;
- 4.прикладные НИР.

7.Установите соответствие понятий между собой:

1. Венчурная фирма	а). Специализируется на внедрении неиспользованных патентов владельцами технологий, продвижении на рынок лицензий, доведении изобретений до промышленной кондиции, производстве небольших партий изделий с последующей продажей лицензий
2. Инжиниринговая фирма	б). Представляет собой временное целевое объединение научных работников нескольких смежных отраслей науки и техники, а также менеджеров для решения конкретных научно-технических или производственных задач
3. Внедренческая фирма	в). Представляет собой соединительное звено между научными исследованиями и разработками и между нововведениями и производством
4. Профитцентр	г). Временная организационная структура, занятая разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты и создаваемые с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации «рисковых» инноваций

8. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:

1. отказ в сертификации результата;
2. отсутствие результата в установленные сроки;
3. отторжение рынком;
4. более низкие объёмы сбыта по сравнению с запланированными.

9. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными риско-инвестициями?

1. снижение объемов производства и продаж;
2. технологическое освоение выпуска новой продукции;
3. стабилизация объемов производства промышленной продукции;
4. исследования и разработки по созданию новой продукции.

10. К методам научно-технического прогнозирования относятся:

1. экстраполяция;
2. экспертные оценки;
3. моделирование;
4. постулирование;
5. логистический анализ.

11. Условиями патентоспособности полезной модели:

1. промышленная применимость;
2. новизна;
3. изобретательский уровень.

12. К промышленной интеллектуальной собственности НЕ относятся:

1. изобретения;
2. ноу-хау;
3. промышленные секреты;
4. промышленные образцы;
5. научные произведения.

13. Затраты компании, связанные с осуществлением капитальных вложений, — это:

1. долгосрочные затраты;
2. текущие затраты;
3. нет правильного ответа.

14. Разрыв, возникающий между реализацией этих двух типов инноваций получил название - организационного лага.

1. базисная (радикальная) и улучшающая (приростная);
2. производственная и управленческая;
3. продуктовая и процессная.

15. Ставка дисконтирования определяется на основе:

1. индекса инфляции;
2. ставки рефинансирования Центрального банка;
3. ставки налога на прибыль.

16. Как называются рискованные фирмы, которые обычно создаются в областях предпринимательской деятельности, связанных с повышенной опасностью потерпеть убытки?

1. аудиторские;
2. лизинговые;
3. венчурные;
4. потребительские.

17. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация, если:

1. охватывает технологические изменения продукта;
2. касается использования усовершенствованного технологического процесса;
3. предполагаемая область применения, функциональные характеристики, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее использованных продуктов.

18. Какой тип инновационного поведения описывается следующим образом: "массовое производство нового продукта с опережением конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба"?

1. виолентный;
2. патентный;
3. эксплерентный;
4. коммутантный.

19. Й. Шумпетер понимал под нововведениями:

1. новые комбинации факторов производства;
2. изобретения;
3. новые технологии.

20. Методом оценки экономической эффективности инвестиционных проектов

может быть:

1. метод чистого дисконтированного дохода;
2. метод индекса доходности и рентабельности проекта;
3. метод срока окупаемости;
4. метод внутренней нормы доходности;
5. метод расчета точки безубыточности проекта.

21. В России взаимоотношения по поводу прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности) регулирует...

1. Евразийская патентная конвенция
2. Четвертая часть гражданского кодекса Российской Федерации
3. Закон о науке и государственной научно-технической политике
4. Закон федеральной службы по интеллектуальной собственности

22. Исключительное право на результат интеллектуальной деятельности – это

1. личное неимущественное право
2. объект право исключительно разрешать другим лицам использовать
3. право исключительно запрещать другим лицам использовать объект
4. право использовать объект любым не противоречащим закону способом

23. К объектам авторских прав относятся...

1. произведения науки, литературы, искусства и программы для ЭВМ
2. программы для ЭВМ и произведения народного творчества (фольклор)
3. произведения народного творчества (фольклор) и нормативные акты
4. нормативные акты и произведения науки, литературы и искусства

24. Срок действия авторских прав составляет...

1. 50 лет с момента создания
2. 70 лет с момента создания
3. в течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти
4. в течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти

25. Найдите наиболее полный правильный ответ.

Промышленная собственность включает права, относящиеся к...

1. изобретениям, полезным моделям
2. изобретениям, полезным моделям и промышленным образцам
3. изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам и ноу-хау
4. изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам, ноу-хау и товарным знакам

26. Найдите наиболее полный правильный ответ.

К изобретениям относятся...

1. продукт, устройство, вещество
2. продукт, способ, устройство, вещество
3. продукт, способ, устройство, вещество, научные теории
4. продукт, способ, устройство, вещество, программы для ЭВМ

27. Выберите верный, по Вашему мнению, ответ:

Главным в современном маркетинге является:

1. Качество продукта
2. Объем производства
3. Стимулирование продаж
4. Удовлетворение потребностей

28. Расположите признаки высокотехнологичного продукта в порядке уменьшения значимости согласно экспертному опросу Эрика Виардо:

- А. Часто меняется и улучшается
- Б. Является инновационным для рынка
- В. Предназначен для определенного рынка
- Г. Встроен в высокотехнологичные приложения
- Д. Требуется больших затрат на исследования и разработку
- Е. Использует последние научные и технологические достижения

1. АБВГДЕ

2. ЕГВБАД

3. ЕАБДВГ

4. ГВДБАЕ

29. Найдите наиболее полный правильный ответ:

Потребительский и корпоративный рынки отличаются:

1. Покупателями
2. Покупателями и объемом
3. Покупателями, объемом и мотивацией
4. Покупателями, объемом, мотивацией и валютой.

30. Выберите верный, по Вашему мнению, ответ:

Продукт – это:

1. Только товар
2. Только услуга
3. Сочетание товара и услуги
4. Товар, услуга и сочетание товара и услуги.

Критерии оценки уровня овладения студентами компетенциями на экзамене с помощью теста

Оценка	Баллы	Характеристики ответа студента на экзамене
отлично	10	96–100 баллов
	9	88–95 баллов
	8	80–87 баллов
хорошо	7	70–79 баллов
	6	60–69 баллов
удовлетворительно	5	50–59 баллов
	4	40–49 баллов
неудовлетворительно	3	30–39 баллов
	2	20–29 баллов
	1	0–19 баллов

Критерии выставления оценки на зачете

При оценке знаний учитывается:

1. Понимание и степень усвоения теории курса.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.

3. Правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Умение связать теорию с практическим применением.

Десятибалльная шкала оценивания результатов итоговой образовательной деятельности обучающихся в течение семестра

Уровень качества	Оценка по 10-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале	Оценка за зачет
высший	10 – превосходно 9 – отлично 8 – почти отлично	5 – «отлично»	зачтено
высокий	7 – очень хорошо 6 – хорошо	4 – «хорошо»	зачтено
достаточный	5 – удовлетворительно 4 – почти удовлетворительно	3 – «удовлетворительно»	зачтено
низкий	3,2,1 – неудовлетворительно	2 – «неудовлетворительно»	не зачтено

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

7.1 Основная литература

1. Спиридонова Е. А. Основы инновационной деятельности: Учебник и практикум/Е.А.Спиридонова. Издательство: ЮРАЙТ.2019. ЭБС ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru.<https://biblio-online.ru/search?que>
2. Карпова С.В. Инновационный маркетинг. Учебник для вузов/2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов/С.В.Карпова.- Москва. Издательство Юрайт, 2020.474с. ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru. <https://biblio-online.ru/viewer/innovacionnyy-marketing-457376#page/1>

7.2 Дополнительная литература

1. Мальцева С. В. Инновационный менеджмент. Учебник для академического бакалавриата / под ред.С.В.Мальцевой.-М.: Издательство Юрайт.2019.– 527с. ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru. <https://biblio-online.ru/viewer/innovacionnyy-menedzhment>
2. Назин К.Н., Кокурин Д.И., Агабеков С.И. Инновационная политика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры/ Под ред. Назина К.Н., Кокурина Д.И., Агабекова С.И. -М.:Издательство Юрайт, 2019.-232 с. ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru. <https://biblio-online.ru/viewer/innovacionnaya-politika>
3. Тебекин А. В.Инновационный менеджмент: 2-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавров/Тебекин А. В.-М.: Издательство Юрайт.2020.– 481с. ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru<https://biblio-online.ru/viewer/innovacionnyy-menedzhment>

7.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Инновации в России. <http://www.innovation.gov.ru>
2. Российская ассоциация венчурного инвестирования <http://www.rvca.ru>
3. «О господдержке инновационной деятельности в Российской Федерации» <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>
4. Глазьев С. Стратегия и Концепция социально-экономического развития России http://www.glazev.ru/econom_polit/17
5. Аналитика Управляющей компании «Альянс. Венчурный бизнес» <http://venture-biz.ru/biznes-venchurnyy>
6. Правовая среда венчурной деятельности в РФ <http://www.allventure.ru>
7. Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательской деятельности <http://www.allmedia.ru>
8. Всероссийский информационно-аналитический портал «Венчурная Россия» <http://www.allventure.ru/lib/8>
9. ЭБС ЮРАЙТnoreply@biblio-online.ru

8. Материально-техническое обеспечение

Для проведения лекций и практических занятий рекомендуется использовать мультимедийный проектор и интерактивную доску.

Используются аудитории:

ауд. 510. учебного корпуса № 2

Стандартная учебная мебель (75 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – 1 шт.

Мультимедиапроектор BenQ – 1 шт.

Ноутбук Lenovo – 1 шт.

Колонки Genius – 1 шт.

ауд. 517 учебного корпуса № 2

Стандартная учебная мебель (26 учебных посадочных мест), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

9. Программное обеспечение

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66920993 от 24.05.2016, ежегодное обновление.

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66975477 от 03.06.2016, ежегодное обновление.

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Лицензия 1FB6151216081242, ежегодное обновление.

Dr. Web Server/Desktop Security Suite (Антивирус). Лицензия EE4E-QN5S-6FG2-N76B (Ежегодное обновление).

Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», Договор № 3074 от 15.11.2017, ежегодное обновление.

СДО Русский Moodle 3KL Norm с техническим обслуживанием, Акт на передачу прав
№УТДЮ0001785 от 06.12.2016, ежегодное обновление

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30

Владелец: Артеменков Михаил Николаевич

Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023