



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от «24» мая 2019 г. № 10

Согласовано:
Председатель УМК института

Зав. кафедрой  Л.С. Валинурова  /Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Инновационный менеджмент

Вариативная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы: «Коммерция»

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):
доцент, канд. экон. наук



Кузьминых Н.А.

Для приема 2019 г.

Уфа 2019 г.

Составитель: канд. экон. наук, доцент Кузьминых Н.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Инновационная экономика», протокол № 10 от «24» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой



/ Валинурова Л.С./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины: обновлены список рекомендованной литературы, вопросы к экзамену, программное обеспечение, утверждены на заседании кафедры «Инновационная экономика», протокол № 9 от «23» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой



Валинурова Л.С.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины: обновлены список рекомендованной литературы, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», утверждены на заседании кафедры «Инновационная экономика», протокол № 10 от «26» июня 2021 г.

Заведующий кафедрой



/ Валинурова Л.С./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	17
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	17
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3 Рейтинг-план дисциплины.....	20
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	34
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	34
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	35
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	36

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать основные понятия, цели, задачи, функции и методы инновационного менеджмента, сущность и классификацию инноваций, инновации в торговом деле, особенности государственного регулирования инновационной деятельности, разработки и реализации инновационных стратегий	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)	
	Знать особенности организации инновационной деятельности в торговом деле, процессы коммерциализации инноваций, управления инновационными проектами и программами	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13)	
Умения	Уметь анализировать, оценивать и разрабатывать инновационные стратегии организации	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)	
	Уметь управлять инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13)	
Владения (навыки/опыт деятельности)	Владеть навыками анализа, оценки и разработки инновационных стратегий организации	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)	
	Владеть навыками управления инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13)	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновационный менеджмент» относится к вариативной части, дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре очной формы обучения и на 4 курсе 2 и 3 сессий заочной формы обучения.

Целью дисциплины «Инновационный менеджмент» является формирование знаний и умений, необходимых для управления инновационной деятельностью, и приобретение навыков принятия управленческих решений инновационного характера.

Для успешного освоения курса необходимы компетенции, сформированные в результате освоения таких дисциплин учебного плана как «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Теоретические основы товароведения», «Товароведение потребительских товаров», «Рекламная деятельность», «Логистика в торговле» и др.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Инновационный менеджмент
на 6 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	16
практических/ семинарских	16
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	75,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:
зачет 6 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1. Теоретические основы инновационного менеджмента								
1	Тема 1. Основные понятия, цели и задачи инновационного менеджмента (Понятие и сущность инновационного менеджмента. Субъекты и объекты в инновационном менеджменте. Основные цели и задачи инновационного менеджмента. Принципы инновационного менеджмента. Подходы в инновационном менеджменте)	2	2		8	2, 3, 4, 5, 8	Подготовка к групповому обсуждению на тему «Стратегии и целевые установки инновационного менеджмента». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе группового обсуждения на аудиторном занятии	Групповое обсуждение
2	Тема 2. Сущность и классификация инноваций (Нововведение как результат сложных взаимодействий. Сущность инноваций и их взаимосвязь с другими экономическими категориями. Признаки инноваций. Инновации как источник удовлетворения общественных	2	2		8	2, 3, 5, 6, 8	Подготовка к дискуссии. Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе дискуссии на аудиторном занятии	Дискуссия

	потребностей. Виды и формы инноваций. Инновации в торговом деле)							
3	Тема 3. Функции и методы инновационного менеджмента (Основные функции инновационного менеджмента: стратегический маркетинг; организация процессов; учет и контроль; планирование; мотивация; регулирование, координация. Методы инновационного менеджмента: метод принуждения, побуждения, убеждения, сетевого тонирования и управления, прогнозирования, стратегического анализа)	2	2		10	2, 3, 4, 5, 8	Подготовка к групповому обсуждению на тему «Система управления инновационной деятельностью». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе группового обсуждения на аудиторном занятии. Подготовка к тесту	Групповое обсуждение, тест
Модуль 2. Управление инновационной деятельностью в торговом деле								
4	Тема 1. Государственное регулирование инновационной деятельности (Участие государства в инновационной деятельности. Государственная инновационная политика. Методы государственного регулирования в инновационной сфере. Органы государственного регулирования инновационного процесса. Правовые основы развития инновационной деятельности. Особенности управления	2	2		8	3, 5, 6, 9, 10	Подготовка к докладу с презентацией на тему «Опыт управления инновационной деятельностью в торговом деле в России и зарубежных странах». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Сбор аналитической информации	Доклад

	инновационной деятельностью в различных странах мира)							
5	Тема 2. Организация инновационной деятельности в торговом деле (Сущность, понятие и виды инновационной деятельности. Субъекты инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура. Сущность и этапы инновационного процесса. Модели инновационного процесса. Характеристика основных организационных форм инновационной деятельности. Формирование прогрессивных организационных структур)	2	2		9	3, 5, 6, 9, 10	Подготовка конспекта лекции на тему: «Эволюция подходов к организации инновационной деятельности». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Сдается в письменном виде (или печатном) на следующем по расписанию занятии.	Конспект лекции
6	Тема 3. Коммерциализация инноваций (Понятие и сущность коммерциализации инноваций. Участники процесса коммерциализации инноваций. Способы и методы коммерциализации инноваций. Факторы, определяющие методы коммерциализации инноваций. Инвестирование инновационной деятельности. Рынок инноваций)	2	2		8	1, 3, 4, 5, 6, 10	Подготовка к докладу с презентацией на тему «Рынок инноваций». Подготовка к case-study «Анализ опыта внедрения инноваций». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками	Доклад, case-study
7	Тема 4. Управление инновационными проектами и программами (Понятие, сущность, виды инновационных проектов и программ. Этапы создания и	2	2		12	3, 4, 5, 7, 9	Подготовка к деловой игре Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками	Деловая игра

	реализации инновационных проектов и программ. Риски инновационных проектов и программ. Оценка эффективности инновационных проектов и программ)							
8	Тема 5. Разработка и реализация инновационных стратегий (Понятие и сущность стратегии и тактики. Определение и особенности инновационной стратегии. Виды инновационных стратегий. Стратегии конкурентного поведения. Алгоритм разработки и реализации инновационной стратегии. Оценка эффективности реализации инновационной стратегии)	2	2		12,8	3, 4, 5, 7, 9	Подготовка к case-study «Стратегия развития бизнеса компании «Лаборатория Касперского». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Подготовка к тесту	Case-study, тест
	Всего часов:	<u>16</u>	<u>16</u>		<u>75,8</u>			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Инновационный менеджмент
на 4 курс 2 сессию
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	4
практических/ семинарских	4
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	28
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля: –

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1. Теоретические основы инновационного менеджмента								
1	Тема 1. Основные понятия, цели и задачи инновационного менеджмента (Понятие и сущность инновационного менеджмента. Субъекты и объекты в инновационном менеджменте. Основные цели и задачи инновационного менеджмента. Принципы инновационного менеджмента. Подходы в инновационном менеджменте)	1			4	2, 3, 4, 5, 8	Подготовка к групповому обсуждению на тему «Стратегии и целевые установки инновационного менеджмента». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе группового обсуждения на аудиторном занятии	Групповое обсуждение
2	Тема 2. Сущность и классификация инноваций (Нововведение как результат сложных взаимодействий. Сущность инноваций и их взаимосвязь с другими экономическими категориями. Признаки инноваций. Инновации как источник удовлетворения общественных		1		4	2, 3, 5, 6, 8	Подготовка к дискуссии. Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе дискуссии на аудиторном занятии	Дискуссия

	потребностей. Виды и формы инноваций. Инновации в торговом деле)							
3	Тема 3. Функции и методы инновационного менеджмента (Основные функции инновационного менеджмента: стратегический маркетинг; организация процессов; учет и контроль; планирование; мотивация; регулирование, координация. Методы инновационного менеджмента: метод принуждения, побуждения, убеждения, сетевого тонирования и управления, прогнозирования, стратегического анализа)	1	1		5	2, 3, 4, 5, 8	Подготовка к групповому обсуждению на тему «Система управления инновационной деятельностью». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Результаты подготовки используются в процессе группового обсуждения на аудиторном занятии. Подготовка к тесту	Групповое обсуждение, тест
Модуль 2. Управление инновационной деятельностью в торговом деле								
4	Тема 1. Государственное регулирование инновационной деятельности (Участие государства в инновационной деятельности. Государственная инновационная политика. Методы государственного регулирования в инновационной сфере. Органы государственного регулирования инновационного процесса. Правовые основы развития инновационной деятельности. Особенности управления		1		5	3, 5, 6, 9, 10	Подготовка к докладу с презентацией на тему «Опыт управления инновационной деятельностью в торговом деле в России и зарубежных странах». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Сбор аналитической информации	Доклад

	инновационной деятельностью в различных странах мира)							
5	Тема 2. Организация инновационной деятельности в торговом деле (Сущность, понятие и виды инновационной деятельности. Субъекты инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура. Сущность и этапы инновационного процесса. Модели инновационного процесса. Характеристика основных организационных форм инновационной деятельности. Формирование прогрессивных организационных структур)	1			4	3, 5, 6, 9, 10	Подготовка конспекта лекции на тему: «Эволюция подходов к организации инновационной деятельности». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Сдается в письменном виде (или печатном) на следующем по расписанию занятии.	Конспект лекции
6	Тема 3. Коммерциализация инноваций (Понятие и сущность коммерциализации инноваций. Участники процесса коммерциализации инноваций. Способы и методы коммерциализации инноваций. Факторы, определяющие методы коммерциализации инноваций. Инвестирование инновационной деятельности. Рынок инноваций)	1	1		6	1, 3, 4, 5, 6, 10	Подготовка к докладу с презентацией на тему «Рынок инноваций». Подготовка к case-study «Анализ опыта внедрения инноваций». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками	Доклад, case-study
	Всего часов:	<u>4</u>	<u>4</u>		<u>28</u>			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Инновационный менеджмент
на 4 курс 3 сессии
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	2
практических/ семинарских	2
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	63,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:

зачет 4 курс 3 сессия

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 2. Управление инновационной деятельностью в торговом деле								
7	Тема 4. Управление инновационными проектами и программами (Понятие, сущность, виды инновационных проектов и программ. Этапы создания и реализации инновационных проектов и программ. Риски инновационных проектов и программ. Оценка эффективности инновационных проектов и программ)	1	1		40	3, 4, 5, 7, 9	Подготовка к деловой игре Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками	Деловая игра
8	Тема 5. Разработка и реализация инновационных стратегий (Понятие и сущность стратегии и тактики. Определение и особенности инновационной стратегии. Виды инновационных стратегий. Стратегии конкурентного поведения. Алгоритм разработки и реализации инновационной стратегии. Оценка эффективности реализации инновационной стратегии)	1	1		23,8	3, 4, 5, 7, 9	Подготовка к case-study «Стратегия развития бизнеса компании «Лаборатория Касперского». Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Подготовка к тесту	Case-study, тест
Всего часов:		<u>2</u>	<u>2</u>		<u>63,8</u>			

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать основные понятия, цели, задачи, функции и методы инновационного менеджмента, сущность и классификацию инноваций, инновации в торговом деле, особенности государственного регулирования инновационной деятельности, разработки и реализации инновационных стратегий	Отсутствие или фрагментарные представления об основных понятиях, целях, задачах, функциях и методах инновационного менеджмента, сущности и классификации инноваций, инновациях в торговом деле, особенностях государственного регулирования инновационной деятельности, разработки и реализации инновационных стратегий	Сформированные представления об основных понятиях, целях, задачах, функциях и методах инновационного менеджмента, сущности и классификации инноваций, инновациях в торговом деле, особенностях государственного регулирования инновационной деятельности, разработки и реализации инновационных стратегий
Второй этап (уровень)	Уметь анализировать, оценивать и разрабатывать инновационные стратегии организации	Отсутствие или фрагментарные умения анализировать, оценивать и разрабатывать инновационные стратегии организации	Сформированные умения анализировать, оценивать и разрабатывать инновационные стратегии организации
Третий этап (уровень)	Владеть навыками анализа, оценки и разработки инновационных стратегий организации	Отсутствие или фрагментарные владения навыками анализа, оценки и разработки инновационных стратегий организации	Сформированные навыки анализа, оценки и разработки инновационных стратегий организации

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать особенности организации инновационной деятельности в торговом деле, процессы коммерциализации инноваций, управления инновационными проектами и программами	Отсутствие или фрагментарные представления об особенностях организации инновационной деятельности в торговом деле, процессах коммерциализации инноваций, управления инновационными проектами и программами	Сформированные представления об особенностях организации инновационной деятельности в торговом деле, процессах коммерциализации инноваций, управления инновационными проектами и программами
Второй этап (уровень)	Уметь управлять инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	Отсутствие или фрагментарные умения управлять инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	Сформированные умения управлять инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера
Третий этап (уровень)	Владеть навыками управления инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	Отсутствие или фрагментарные владения навыками управления инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	Сформированные навыки управления инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера

Показатели сформированности компетенции для очной формы обучения:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

до 59 баллов – «не зачтено»;

от 60 – «зачтено».

Показатели сформированности компетенции для заочной формы обучения:

Оценка уровня освоения дисциплины осуществляется в виде текущего и рубежного контроля успеваемости студентов в рамках 2 модулей и на основе критериев оценки уровня освоения дисциплины.

Контроль представляет собой набор заданий и проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Формы и содержание текущего контроля: контроль посещаемости занятий; оценка подготовки к практическим занятиям (групповое обсуждение, дискуссия, доклад, деловая игра); оценка уровня развития компетенций в ходе решения case-study и написания конспекта лекции.

Формы и содержание рубежного контроля – тесты.

Итоговый контроль на 4 курсе (3 сессия) проводится в виде зачета (зачтено / не зачтено).

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	Знать основные понятия, цели, задачи, функции и методы инновационного менеджмента, сущность и классификацию инноваций, инновации в торговом деле, особенности государственного регулирования инновационной деятельности, разработки и реализации инновационных стратегий	ПК-9	Групповое обсуждение, дискуссия, доклад, конспект лекции, тест, вопросы к зачету
	Знать особенности организации инновационной деятельности в торговом деле, процессы коммерциализации инноваций, управления инновационными проектами и программами	ПК-13	Групповое обсуждение, дискуссия, доклад, конспект лекции, тест, вопросы к зачету
2-й этап Умения	Уметь анализировать, оценивать и разрабатывать инновационные стратегии организации	ПК-9	Case-study, деловая игра
	Уметь управлять инновационными проектами, принимать управленческие	ПК-13	Case-study, деловая игра

	решения инновационного характера		
3-й этап	Владеть навыками анализа, оценки и разработки инновационных стратегий организации	ПК-9	Case-study, деловая игра
Владения (навыки / опыт деятельности)	Владеть навыками управления инновационными проектами, принимать управленческие решения инновационного характера	ПК-13	Case-study, деловая игра

4.3 Рейтинг-план дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 Инновационный менеджмент

Направление 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Коммерция», курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Теоретические основы инновационного менеджмента				
Текущий контроль				
1. Групповое обсуждение	5	2	0	10
2. Дискуссия	5	1	0	5
Рубежный контроль				
1. Тест	25	1	0	25
Модуль 2. Управление инновационной деятельностью в торговом деле				
Текущий контроль				
1. Доклад	5	2	0	10
2. Конспект лекции	5	1	0	5
3. Case-study	5	2	0	10
4. Деловая игра	10	1	0	10
Рубежный контроль				
1. Тест	25	1	0	25
Поощрительные баллы				
1. Студенческая олимпиада	5	1	0	5
2. Публикация статей (участие в конференции)	5	1	0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итого				
			0	100 (110)

Студенты заочной формы обучения допускаются к зачету по дисциплине при условии сдачи всех рубежей и заданий, предусмотренных программами текущего контроля. Зачет проводится в виде устного собеседования по учебному материалу дисциплины. Результат сдачи зачета оцениваются в ведомостях отметкой «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Показывает знание теоретического материала; последовательно и четко отвечает на поставленные вопросы; ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала	Зачтено
Имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом	Не зачтено

Билет к зачету

Структура билета к зачету:
в билете к зачету – 2 вопроса.

Вопросы для зачета

1. Алгоритм разработки и реализации инновационной стратегии.
2. Венчурные инновационные организации.
3. Виды и формы инноваций.
4. Виды инновационных стратегий.
5. Государственная инновационная политика.
6. Государственное регулирование инновационной деятельности.
7. Государство как участник инновационной деятельности.
8. Достоинства и недостатки малых инновационных предприятий.
9. Жизненный цикл инновации, продукции, технологии, товара.
10. Зарубежный опыт поддержки инновационной деятельности.
11. Инвестирование инновационной деятельности.
12. Инновации в торговом деле.
13. Инновации как источник удовлетворения общественных потребностей.
14. Инновационная инфраструктура.
15. Классификация организационных форм инновационных предприятий.
16. Конкуренция на рынке инноваций.
17. Маркетинг инноваций.
18. Маркетинговые приемы управления.
19. Методы выбора и реализации инновационной стратегии.
20. Методы государственного регулирования в инновационной сфере.
21. Методы инновационного менеджмента.
22. Модели инновационного процесса.
23. Мотивация и стимулирование труда работников в сфере инновационной деятельности.
24. Научные подходы к инновационному менеджменту.
25. Нововведение как результат сложных взаимодействий.
26. Определение и особенности инновационной стратегии.
27. Организация инновационной деятельности в торговом деле.
28. Органы государственного регулирования инновационного процесса.

29. Основные понятия инновационного менеджмента.
30. Основные функции инновационного менеджмента.
31. Основные цели и задачи инновационного менеджмента.
32. Основные элементы инновационного процесса.
33. Особенности проектирования инновационного бизнеса.
34. Особенности управления инновационной деятельностью в различных странах мира.
35. Оценка эффективности инновационных проектов и программ.
36. Оценка эффективности реализации инновационной стратегии.
37. Планирование инновационной деятельности.
38. Подходы в инновационном менеджменте.
39. Подходы к оценке инновационных проектов.
40. Понятие и сущность коммерциализации инноваций.
41. Понятие и сущность инновационного менеджмента.
42. Понятие и сущность стратегии и тактики.
43. Понятие и сущность стратегии и тактики. Определение и особенности инновационной стратегии. Виды инновационных стратегий.
44. Понятие, сущность, виды инновационных проектов и программ.
45. Правовые основы развития инновационной деятельности.
46. Сущность и классификация инноваций. Признаки инноваций.
47. Принципы инновационного менеджмента.
48. Разработка и реализация инновационной стратегии.
49. Риски инновационных проектов и программ.
50. Рынок инноваций.
51. Содержание и структура инновационного процесса.
52. Способы и методы коммерциализации инноваций.
53. Стратегии конкурентного поведения.
54. Субъекты и объекты в инновационном менеджменте.
55. Субъекты инновационной деятельности.
56. Сущность и значение стратегического планирования инновационной деятельности.
57. Сущность и этапы инновационного процесса.
58. Сущность инноваций и их взаимосвязь с другими экономическими категориями.
59. Сущность крупномасштабных инновационных организаций, их преимущества и недостатки.
60. Сущность продвижения и диффузии инновации.
61. Сущность, понятие и виды инновационной деятельности.
62. Участие государства в инновационной деятельности.
63. Участники процесса коммерциализации инноваций.
64. Факторы риска инновационного проекта. Управление рисками.
65. Факторы, определяющие методы коммерциализации инноваций.
66. Формирование прогрессивных организационных структур.
67. Функции инновационного менеджмента.
68. Характеристика основных организационных форм инновационной деятельности.
69. Цели и задачи государственной инновационной политики, ее важнейшие принципы.
70. Цели и задачи инновационного менеджмента.
71. Экспертиза инновационных проектов.
72. Этапы создания и реализации инновационных проектов и программ.

Образец билета к зачету

Башкирский государственный университет

Институт экономики, финансов и бизнеса

Кафедра инновационной экономики

Направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Коммерция

Дисциплина «Инновационный

менеджмент»

Билет к зачету № 1

1. Понятие и сущность стратегии и тактики. Определение и особенности инновационной стратегии. Виды инновационных стратегий.
2. Государственное регулирование инновационной деятельности.

Зав. кафедрой

Л.С. Валинурова

Задания для рубежного контроля уровня усвоения учебного материала:

Рубежный контроль по модулю 1. Тест

1. Новое и обладающее существенными отличиями «техническое» решение практической задачи в любой области хозяйственной, социально-культурной или оборонной сферы – это:
 - а) рациональное предложение;
 - б) открытие;
 - в) изобретение.
2. Оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок и экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности – это:
 - а) новшество;
 - б) инновация.
3. . Соотнесите:
 - а) мерджер;
 - б) бенчмаркинг;
 - в) фронтирование рынка.
 - 1) способ изучения деятельности хозяйствующих субъектов, прежде всего своих конкурентов, в целях использования их положительного опыта в своей работе;
 - 2) поглощение фирмы более сильной компанией;
 - 3) операция по захвату рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка.
4. Когда новшество становится инновацией?
 - а) с момента окончания прикладных исследований;
 - б) с момента проведения опытных и экспериментальных работ;
 - в) когда используется в производстве;
 - г) с момента разработки научно-технической документации;
 - д) с момента принятия к распространению.
5. Сопоставьте понятия и их определения
 - а) улучшающие инновации;
 - б) базисные инновации;
 - в) псевдоинновации;
 - г) микроинновации.
 - 1) это инновации, предусматривающие реализацию изобретений среднего уровня и служащие базой для создания новых моделей и модификацией данного поколения техники (технологии), заменяющих устаревшие модели более эффективными, либо

расширяющих сферу применения этого поколения, а также существенно видоизменяющих используемые технологии

2) это инновации, которые реализуют крупнейшие изобретения и становятся основой революционных переворотов в технике, формирования новых ее направлений, создания новых отраслей;

3) это инновации, которые направлены на улучшение моделей машин и технологий, представляющих вчерашний день техники;

4) это инновации, улучшающие отдельные производственные или потребительские параметры выпускаемых моделей техники и применяемых технологий на основе использования мелких изобретений, что способствует более эффективному производству этих моделей либо повышению эффективности их использования.

6. Оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей, деятельность (совокупность процессов), связанная с постановкой целей (задач) и действий в будущем – это:

а) планирование;

б) мотивация;

в) организация;

г) контроль.

7. Какая характеристика соответствует 2-му технологическому укладу?

а) массовое и серийное производство;

б) паровые двигатели;

в) повышение гибкости производства на основе использования электродвигателя;

г) биотехнология, космическая техника;

д) двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия.

8. Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений таких показателей деятельности компании, как стоимость, качество, сервис, темпы – это

а) инжиниринг инноваций;

б) бенчмаркинг;

в) реинжиниринг;

г) аутсорсинг;

д) логистика.

9. Какая характеристика соответствует 4-му технологическому укладу?

а) стандартизация производства, урбанизация;

б) массовое и серийное производство;

и) паровые двигатели;

г) повышение гибкости производства на основе использования электродвигателя;

д) двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия;

е) текстильные машины.

10. Процесс планирования и воплощения замысла, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего потребности отдельных лиц и организаций – это:

а) интрапренерство;

б) лизинг;

в) маркетинг;

г) концессия;

д) франчайзинг.

Рубежный контроль по модулю 2. Тест

1. Как определяется эффективность от реализации новшеств:
 - а) как разность между выручкой от реализации и издержками от реализации;
 - б) делением выручки от реализации на издержки производства.
2. Осваивание новых видов деятельности, не связанных с ее традиционным профилем, с выходом на новый рынок – это:
 - а) стратегия конструкторской диверсификации;
 - б) стратегия конгломеративной диверсификации;
 - в) стратегия интеграционного роста;
 - г) стратегия интенсивного роста.
3. Какое конкурентное поведение подразумевает имитацию новинок и продвижение их к самым широким слоям потребителей?
 - а) патентное;
 - б) коммутантное;
 - в) вилентное;
 - г) эксплорентное.
4. Следует ли учитывать риск при финансировании инновационного проекта?
 - а) да;
 - б) нет.
5. Инновационная маркетинговая стратегия согласно матрице И. Ансоффа – это:
 - а) старые товары и технологии – старый рынок;
 - б) старые товары и технологии – новый рынок;
 - в) новые товар и технологии – старый рынок.
6. Предложены к внедрению два изобретения. Выберите наиболее рентабельное, если:
 - а) инвестиции – 1200 тыс. у.е., предполагаемый доход – 1500 тыс. у.е.;
 - б) инвестиции – 450 тыс. у.е., предполагаемый доход – 650 тыс. у.е.
7. Какое конкурентное поведение характеризует приспособление к узким сегментам широкого рынка (нишам) путем специализированного выпуска новой или модернизированной продукции с уникальными характеристиками:
 - а) эксплорентное;
 - б) коммутантное;
 - в) вилентное;
 - г) патентное.
8. Как определяется экономический эффект от реализации новшеств:
 - а) делением выручки от реализации на издержки производства;
 - б) как разность между выручкой от реализации и издержками от реализации;
 - в) делением выручки от реализации на объем реализации в натуральных единицах измерения.
9. Стратегия объединения с промышленными потребителями и сбытовыми структурами – это:
 - а) стратегия вертикальной интеграции вверх;
 - б) стратегия интенсивного роста;
 - в) стратегия вертикальной интеграции вниз;
 - г) стратегия горизонтальной интеграции.
- 10) Что из перечисленного ниже относится к начальной стадии жизненного цикла?
 - а) подготовка производства;
 - б) разработка технического задания НИР;
 - в) проведение ОКР.

Критерии оценивания теста для очной формы обучения

Процент правильных ответов	Количество баллов
100%	25
90-99%	20
80-89%	15
70-79%	10
60-69%	5
Менее 60%	0

Критерии оценивания теста для заочной формы обучения

Процент правильных ответов	Оценивание
60-100%	Зачтено
менее 60%	Не зачтено

Задания для текущего контроля**Групповое обсуждение****Модуль 1, тема 1**

Тема: Стратегии и целевые установки инновационного менеджмента.

Ход выполнения: Самостоятельная работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками.

Модуль 1, тема 3

Тема: Система управления инновационной деятельностью.

Ход выполнения: Самостоятельная работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками.

Критерии оценивания группового обсуждения для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Теоретический уровень знаний	1
Этика участия в обсуждении	1
Качество ответов на вопросы	1
Способность делать выводы	1
Способность отстаивать собственную точку зрения	1
Итого:	5
Штрафные баллы (нарушение правил ведения группового обсуждения, некорректность поведения и т.д.)	2

Критерии оценивания группового обсуждения для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Студент активно участвует в подготовке учебного материала и в групповом обсуждении, демонстрирует хороший уровень владения теоретическим материалом, четко формулирует выводы, аргументировано отстаивает свою точку зрения	Зачтено
Студент не принимает активное участие в подготовке учебного материала и групповом обсуждении, демонстрирует плохой уровень владения теоретическим материалом, не может четко формулировать выводы, не способен аргументировано отстаивать свою точку зрения	Не зачтено

Дискуссия
Модуль 1, тема 2

Тема: Понятие и сущность инноваций в торговом деле, их классификация.

Ход выполнения: Самостоятельная работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками.

Найти определения инноваций в различных источниках. Сформулировать свою точку зрения в отношении определения понятия «инновации в торговом деле». Представить классификацию инноваций в торговом деле с примерами.

Критерии оценивания дискуссии для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Теоретический уровень знаний	1
Активность участия в дискуссии	1
Способность делать выводы	1
Способность отстаивать собственную точку зрения	1
Практическая ценность точки зрения	1
Итого:	5

Критерии оценивания дискуссии для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Студент активно участвует в подготовке учебного материала и в дискуссии, демонстрирует хороший уровень владения теоретическим материалом, четко формулирует выводы, аргументировано отстаивает свою точку зрения	Зачтено
Студент не принимает активное участие в подготовке учебного материала и дискуссии, демонстрирует плохой уровень владения теоретическим материалом, не может четко формулировать выводы, не способен аргументировано отстаивать свою точку зрения	Не зачтено

Вопросы для подготовки доклада

Модуль 2, тема 1

Опыт управления инновационной деятельностью в торговом деле в России и зарубежных странах

Студентом выбирается страна для анализа, не повторяясь с сокурсниками.

Модуль 2, тема 3

Рынок инноваций

1. Основные факторы, определяющие объем инновационного спроса и предложения.
2. Жизненный цикл продукта, изделия, технологии, инновации.
3. Экономический оборот интеллектуального продукта.
4. Особенности торговли новшествами.
5. Стоимость и цена новшества.
6. Информационная асимметричность на рынке новшеств.

Критерии оценивания доклада для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Содержательная часть выступления	3
Теоретический уровень знаний	1
Качество ответов на вопросы, способность отстаивать собственную точку зрения, способность делать выводы, способность ориентироваться в представленном материале	1
Подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.), практическая ценность материала	1
Качество презентационного материала	2
Единый стиль оформления, иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации, текст не избыточен, содержание представлено тезисно, ключевые слова выделены	1
Презентация может быть использована в качестве учебного материала	1
Итого:	5

Критерии оценивания доклада для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Содержание доклада соответствует теме. Докладчик демонстрирует свободное владение терминологией. Ответы по докладу отражают хорошее знание темы	Зачтено
Нарушена логика построения выводов. Тема не раскрыта полностью. Использована устаревшая информация. Докладчик не дает ответов на вопросы	Не зачтено

Конспект лекции

Модуль 2, тема 2

Эволюция подходов к организации инновационной деятельности

1. Концепция «инкубаторный синдром».
2. Концепция создания внутренних подразделений, использующих венчурный механизм финансирования.
3. Концепция стратегических альянсов.

Критерии оценивания конспекта лекции для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Структурированность текста	1
Объём конспекта в соотношении с объёмом учебного материала	1
Ответ на общий, принципиальный вопрос по конспектируемой работе	1
Проработанность конспекта	1
Самостоятельность и полнота	1
Итого	5

Критерии оценивания конспекта лекции для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Прослеживается структурированность текста, объём конспекта соответствует объёму учебного материала, дан ответ на общий, принципиальный вопрос по конспектируемой работе, просматривается проработанность конспекта, конспект написан самостоятельно и полно раскрывает тему	Зачтено
Задание не выполнено, цель конспектирования лекции не достигнута	Не зачтено

Case-study

Модуль 2, тема 3

Анализ опыта внедрения инноваций

Рассмотрите четыре примера и по каждому из них ответьте на вопросы:

1. Сформулируйте проблемную ситуацию.
2. Укажите причину возникновения инновации.
3. Каким образом была получена необходимая информация?
4. Сформулируйте вопрос, который мог поставить перед собой изобретатель.
5. На каком этапе было найдено техническое решение?
6. Какие факторы способствовали реализации инновационного проекта? Раскройте соотношение возможных факторов.
7. Какой урок можно извлечь из данной ситуации?

Первый пример

Компания решила укрепить свое положение на рынке хозяйственных товаров и начала искать пути улучшения линии продукции. Было выяснено, что хорошим рыночным потенциалом обладают подоконники. Традиционные подоконники из дерева или цемента либо неудобны в содержании, либо слишком дороги. Для решения обеих проблем можно было бы применить новый материал, но фирма хотела использовать такой материал, который бы не требовал значительных изменений в производстве. Фирма решила проблему путем экструзии подоконников из асбоцемента. Эта технология широко использовалась в отрасли для изготовления разнообразной продукции. Сама фирма производила трубы из асбоцемента. Приспособить технологию для изготовления подоконников оказалось нетрудно, и вся работа обошлась менее чем в 100000 долларов.

Второй пример

Железнодорожная компания обнаружила, что водяные охладители, которые, в соответствии с требованиями профсоюзов, должны устанавливаться в кабине каждого локомотива, слишком дороги в эксплуатации. Начальник отдела локомотивного оборудования обратился в научно-исследовательское подразделение компании с просьбой разработать водяной охладитель, который бы надежно работал в условиях тряски и вибрации. Рабочая группа не смогла найти приемлемого решения. Один из инженеров группы вспомнил свои школьные годы. А почему бы не использовать трубку Хилха-Ранка? Эта трубка использовалась в опыте по отделению в потоке жидкости вихрем сжатого воздуха «холодных» молекул газа от «горячих». Идее уже около полувека и она широко используется для демонстрации теории демона Максвелла на уроках физики. Инженер поработал с трубкой, подняв коэффициент охлаждения с 4 до 26%. Через несколько месяцев был создан новый охладитель, не имеющий движущихся частей, который безаварийно работает в кабине локомотива. Охладитель приводится в действие сжатым воздухом, который в избытке производится двигателем. Новый Охладитель позволил компании сэкономить почти 250000 долларов – столько

требовалось на обслуживание старых охладителей на 2000 локомотивах. Более того, компания начала продавать новый охладитель.

Третий пример

Менеджер компании обнаружил, что у производимых фирмой двигателей вкладыши головок цилиндров стоят слишком дорого. Вкладыши изготавливались из нержавеющей стали, причем самой дешевой марки. Разумной причины высокой стоимости найти не удалось, и было решено производить вкладыши из чугуна. Испытание нескольких сотен двигателей с чугунными вкладышами показали, что они ничем не отличаются от двигателей с вкладышами из нержавеющей стали. Замена материала позволила получить 200 долларов экономии в день с учетом объема производства.

Четвертый пример

Это было в те времена, когда в ЭВМ еще использовались перфоленты и карты. Фирме нужно было рассылать по регионам информацию о грузоперевозках. Для этого карты заводились в ЭВМ, перекодировались в формат удаленной передачи и код пробивался на перфоленте. На принимающей стороне все делалось наоборот. Один из инженеров решил избавиться от процесса кодирования-декодирования. Хотя его опыт говорил, что существуют устройства, преобразующие данные с карт в звук для последующей передачи по каналам голосовой связи, эти устройства не подходили для данной системы. Он также не нашел производителей похожих устройств. Поэтому он попросил подготовить технические требования, из которых было бы ясно, какие функции должен был бы выполнять перекодировщик. Одним из перспективных путей решения проблемы был путь использования модулируемых транзисторных блоков. На одной из выставок инженер увидел похожее устройство и договорился с фирмой о производстве перекодировщика, который получил признание фирмы.

Модуль 2, тема 5

Стратегия развития бизнеса компании «Лаборатория Касперского»

Лаборатория Касперского была основана в 1997 г. Всего через год после основания компания получает титул «пионера технологий». Основателя компании Евгения Касперского называют вирусологом №1, а его антивирусная программа была признана лучшей в мире. Сегодня «Лаборатория Касперского» – самый известный в России разработчик большого спектра программных продуктов для обеспечения информационной безопасности. Компания имеет статус международной. Ее штаб-квартира находится в России, открыты представительства в Великобритании, Франции и США. Партнерская сеть объединяет 500 компаний по всему миру. А начиналось все с увлечения...

История компании

История «Лаборатории Касперского» началась в 1989 г., когда основатель будущей компании Евгений Касперский впервые столкнулся с проблемой компьютерных вирусов и разработал первую версию Продукта. В то время он работал в оборонном НИИ и в свободное время занимался созданием компьютерных программ.

С 1991 г. научно-практическая деятельность Е. Касперского получила свое развитие в проекте AVP в рамках антивирусного отдела крупной отечественной компьютерной компании «Ками». В 1994 г. руководство отделом приняла Наталья Касперская. В это время было вложено начало сотрудничеству с рядом западных антивирусных компаний: подписаны договоры с F-Secure (Финляндия), G-Data (Германия), Vintage Solutions (Япония) об использовании программного ядра Антивируса Касперского в их антивирусных программах. Необходимо отметить, что до

1994 г. включительно разработчики посылали свои программы фактически бесплатно многим потенциальным пользователям с единственной целью – получить признание и имя.

В 1997 г. была образована независимая организация ЗАО «Лаборатория Касперского». Тогда в ее штате насчитывалось всего 19 человек под руководством генерального директора Натальи Касперской.

Евгений Касперский возглавил направление антивирусных исследований. Основными задачами компании стали разработка и совершенствование программного обеспечения по защите компьютеров и компьютерных сетей от вирусного вторжения. Основными продуктами стали программы AVP Silver, AVP Gold, AVP Platinum, которые быстро завоевали популярность у российских и зарубежных пользователей.

Благодаря надежности выпускаемых продуктов и использованию инновационных технологий в 1999 г. «Лаборатория Касперского» стала ведущим российским разработчиком антивирусного ПО. За три года существования компания завоевала от 50 до 60% российского рынка ПО (до 1994 г. монополистом на рынке была компания «Диалог-Наука» – 95% рынка антивирусных программ), доля на мировом рынке достигла 1%, рост доходов составил 250-300%. При этом продажи AVP за рубеж составили 60% от общих продаж фирмы. Среди клиентов компании фигурируют Microsoft, Ford, Nokia и др. К 2000 г. штат расширился до 110 человек. Однако существовали и проблемы...

Необходимость реструктуризации бизнеса

По мере развития отечественного рынка антивирусного программного обеспечения «Лаборатория Касперского», несмотря на уникальность своего продукта, столкнулась с ужесточением конкуренции. Проблема заключалась в том, что с точки зрения рыночной стратегии компания стремилась создавать самый технологически совершенный продукт и стать лучшей. В то же время конкуренты избрали более приземленную стратегию – производить просто качественный продукт, причем доступный и дифференцированный.

Таким образом, внутри «Лаборатории Касперского» возник конфликт научно-исследовательских целей, которые преследовали разработчики, и коммерческих целей организации как рыночного субъекта.

С этого момента начинается новый этап развития компании. Если вначале это была команда разработчиков, затем появилась должность коммерческого и технологического директоров, то третий этап реструктуризации радикально изменил организационную структуру компании. Теперь компания строилась по матричному принципу, где были созданы программно-целевые группы во главе с руководителями проектов, которые подчинялись высшему руководству компании.

Фундаментальные и прикладные исследования были выделены в самостоятельные подразделения, где разработчики могли полностью удовлетворять свои научные амбиции. Работа этого подразделения финансируется из общей прибыли компании в размере 20-30%, а также за счет получения государственных субсидий. Для развития исследовательского направления планируется также создание венчурных фондов.

Производство основного продукта было частично переориентировано с исключительной разработки ядра на создание антивирусных программ для конечного потребителя. Для удобства сбыта и прямой связи с рынком была использована система организационного построения по региональному принципу.

Основной стратегической целью обновленной компании стало завоевание 90% российского рынка антивирусного ПО. Осуществление намеченных долгосрочных планов строится на основе активного сотрудничества с НИИ и университетами и установления прямых связей с клиентами.

В основу успеха нового бизнеса легла стратегия продвижения нового корпоративного бренда «Антивирус Касперского» и зонтичного бренда Kaspersky Security.

В 2001 г. в связи с быстрым развитием информационных технологий и Интернета «Лаборатория Касперского» разработала новую продуктовую линию, представив на рынок продукты для домашних пользователей, среднего и малого бизнеса, корпоративных заказчиков. Новые целевые группы получили возможность выбора наиболее подходящего антивирусного решения для своего бизнеса.

Одновременно с совершенствованием своих антивирусных продуктов компания начала развитие нового направления – разработку систем информационной безопасности на основе использования таких технологий, как межсетевые экраны, представив на рынок свою бета-версию.

Создание стратегических альянсов

Еще одной стратегической целью «Лаборатории Касперского» является увеличение доли на международном рынке до 5%. Для достижения этого показателя планируется поднять до 70% долю заграничных операций от общего объема продаж компании.

Важнейшую роль здесь играет создание стратегических альянсов с западными компаниями – производителями антивирусных программ, с одной стороны, и конечными потребителями – с другой.

Уже несколько лет компания сотрудничает с Microsoft, где антивирусная программа Касперского используется на стадии предварительного тестирования продукции. Лаборатория Касперского получила официальный статус Microsoft Solution Partner.

Реализуются совместные проекты с крупными западными консалтинговыми компаниями для обеспечения полного описания бизнес-процессов компаний и определения списка потенциальных угроз информационной безопасности предприятия заказчика.

Помимо этого технологии «Лаборатории Касперского» лицензированы в продуктах других компаний. Антивирусное ядро, разработанное специалистами компании, лицензировано для ряда западных компаний, в числе которых: F-Secure (Финляндия), G-Data (Германия), Sybari (США), Deerfield (США), Nokia IIG (США), Alt-N (США), Microworld (Индия), Border Wage (Канада) и др.

Таким образом, в результате активной инновационной политики компания упрочила позиции лидера на рынке антивирусных программ. «Лаборатория Касперского» сегодня – это компания со штатом в 250 человек, имеющая представительства во многих западных странах. Это компания, которая превращает новые угрозы в возможности, постоянно совершенствуя старые и создавая новые продукты. Благодаря постоянному изучению внешней среды «Лаборатория Касперского» предвидит будущие изменения и заблаговременно обеспечивает пользователей защитой от новых видов вирусных атак.

Вопросы и задания

1. Подумайте, правильно ли с рыночной точки зрения была выбрана стратегия развития бизнеса компании?
2. Постройте дерево целей «Лаборатории Касперского» по состоянию на 2000 г. Проранжируйте цели по срочности и степени важности.
3. Какого типа инновационной стратегии придерживается компания и какие факторы влияют на этот выбор?

Критерии оценивания case-study для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Самостоятельность при выполнении задания	1
Быстрота выполнения заданий	1
Качество выполнения заданий (правильность решения)	1
Краткость, аргументированность изложение результатов	1
Полнота аналитического заключения	1
Итого:	5

Критерии оценивания case-study для заочной формы обучения

Описание	Оценки
Case-study выполнена полностью и правильно	Зачтено
Case-study выполнена частично и содержит существенные ошибки	Не зачтено

Деловая игра

Модуль 2, тема 4

Разработка инновационного проекта

Студенты делятся на группы, выбирают предприятие самостоятельно, где будет реализован инновационный проект.

Вопросы для аналитического отчета:

1. Анализ состояния инновационной деятельности предприятия. Выявление возможностей реализации инновационного проекта.
2. Описание инновационного проекта.
3. Раскрытие процесса коммерциализации инновации.
4. Оценка эффективности инновационного проекта.

Результаты проведенного исследования предоставляются в виде письменного отчета и презентационного материала. По итогам определяется наиболее эффективный проект, готовый к реализации.

Критерии оценивания деловой игры для очной формы обучения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Правильность расчетов	1
Обоснованность выводов	1
Активность участия в деловой игре	1
Участие в вопросах к оппонентам	1
Участие в ответах на вопросы оппонентов	1
Участие в качестве основного «спикера»	1
Этичность и качество ведения дискуссии	1
Единый стиль оформления презентации, иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации	1
Текст не избыточен, содержание представлено тезисно, ключевые слова выделены	1
Практическая значимость	1
Итого:	10
Штрафные баллы (нарушение правил ведения деловой игры, некорректность поведения и т.д.)	3

Критерии оценивания деловой игры для заочной формы обучения

Критерии оценивания	Оценивание
Хороший теоретический уровень знаний, высокое качество ответов на вопросы, подкрепление материалов фактическими данными, практическая ценность материала, способность отстаивать собственную точку зрения, способность делать выводы, способность ориентироваться в представленном материале, высокое качество презентационного материала	Зачтено
Низкий теоретический уровень знаний, низкое качество ответов на вопросы, не подкрепление материалов фактическими данными, низкое качество презентационного материала.	Не зачтено

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок : учебное пособие / В.А. Антонец, Н.В. Нечаева, К.А. Хомкин, В.В. Шведова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2011. - 319 с. : ил. - (Образовательные инновации). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0531-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443186>.
2. Котов, П. П. Инновационный менеджмент / П. П. Котов. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 37 с.; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87823>.
3. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: учебное пособие: [16+] / В.М. Кожухар. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 292 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496070>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01047-7. – Текст: электронный.
4. Кузнецов, Б.Т. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Б.Т. Кузнецов, А.Б. Кузнецов. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 364 с.: табл., граф., схемы. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115012>.
5. Цвет, Е. Е. Инновационный менеджмент: конспект лекций / Е. Е. Цвет. – М.: Приор-издат, 2006. – 110 с. – (Конспект лекций. В помощь студенту). – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56319>.

Дополнительная литература

6. Асаул, А.Н. Введение в инноватику [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.Н. Асаул [и др.]; Инс-т проблем экономического возрождения. – СПб: АНО ИПЭВ, 2010. – (Экономическое возрождение России). – URL: <https://elib.bashedu.ru/dl/read/AsaulVvedenie v InnovatikuUch.Pos.2010.pdf>.
7. Какаева, Е.А. Инновационный бизнес: стратегическое управление развитием : учебное пособие для слушателей программ профессиональной подготовки и переподготовки / Е.А. Какаева, Е.Н. Дуненкова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2015. - 175 с. : ил. - (Образовательные

- инновации). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-1021-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443301>.
8. Пратер, Ч. Как создавать инновации / Ч. Пратер, Л. Гандри. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2012. - 96 с. - ISBN 978-5-91359-107-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227122>.
9. Спасенных, М.Ю. Инновационный бизнес: корпоративное управление НИОКР : учебное пособие для профессионалов / М.Ю. Спасенных ; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2011. - 147 с. : ил. - (Образовательные инновации). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0603-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443278>.
10. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учебное пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков. - 2-е изд., пере-раб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 295 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01452-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115316>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Инновации в России	http://innovation.gov.ru
2.	Инновации и предпринимательство	www.innovbusiness.ru
3.	Министерство экономического развития РФ	http://economy.gov.ru/
4.	Министерство экономического развития и инвестиционной политики Республики Башкортостан	https://economy.bashkortostan.ru/
5.	Министерство промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru
6.	Министерство промышленности, энергетики и инноваций Республики Башкортостан	https://industry.bashkortostan.ru/
7.	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
8.	Реестр инновационных продуктов, технологий и услуг, рекомендуемых к использованию в РФ	www.innoproduct.startbase.ru
9.	Российская венчурная компания	http://www.rusventure.ru/ru/investments/funds/
10.	Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования	www.forecast.ru

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>

2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>

3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>

5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>

6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>

7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>

8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус).</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория № 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитномаркерный на треноге</p> <p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p>

экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус), аудитория № 312 (гуманитарный корпус).

3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус), аудитория № 312 (гуманитарный корпус).

4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус), аудитория № 312 (гуманитарный корпус).

5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).

6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла

аудитория № 208:
учебная мебель, доска, телевизор led tcl.

аудитория № 209:
учебная мебель, доска.

аудитория № 210:
учебная мебель, доска.

аудитория № 212:
учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория № 213:
учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.

аудитория № 218:
учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.

аудитория № 220:
учебная мебель, доска.

аудитория № 221
учебная мебель, доска.

аудитория № 222
учебная мебель, доска.

аудитория № 301
учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.

аудитория № 302
учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок i7u.

аудитория № 305
учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория № 307
учебная мебель, доска.

аудитория № 308
учебная мебель, доска.

аудитория № 309
учебная мебель, доска.

лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а
учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в
учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 i7u corp 510 – 14 шт.

аудитория № 312
учебная мебель, доска.

Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)	
---	--