МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра управления и предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета

_____ Д.Ю. Брюханов
(подпись)

«18» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины «Управление инновационными проектами»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль «Управление проектами»

Форма обучения
Очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «11» мая 2022 года, протокол № 8

Программа одобрена НМК
экономического факультета
протокол № 5 от «11» мая 2022 года

Ярославль, 2022

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Управление инновационными проектами» является: формирование у студентов теоретических знаний в области экономики инноваций и освоение студентами практических навыков решения проблем в области организации и управления процессами создания и коммерциализации инноваций, приобретение теоретических, методологических и эмпирических знаний в области инноватики, управления инновационной деятельностью на уровне фирмы, планирования и проектирования процессов НИОКР, принятия и обоснования решений о методах коммерциализации научно-технических инноваций в условиях неопределенности и риска, управления инновационными проектами;

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Инновационный менеджмент» относится к числу дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений блока Б.1.8.09. Данный предмет опирается на знания, полученные в курсах: «Экономика фирмы», «Операционный менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Основы управления проектом», «Маркетинг» и др.

Инновационные проекты представляют собой достаточно специфичный, масштабный, сложный, разнообразный по своему содержанию объект управления, который требует использования специальных форм и методов управленческого воздействия для эффективного развития. В современных условиях модернизации экономики страны, когда нововведения стали непременным элементом всех структур: от органов государственного управления до крупных и малых предприятий, использование научных методов инновационного менеджмента становится важнейшим фактором экономического развития страны, выживания и коммерческого успеха.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Код компетенции	Формируемая компетенция (код и формулировка	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка	Перечень планируемых результатов обучения
Профессиональные компетенции			
		ПК (ОУ) -2.2. Выполняет оценку производственно-технологического потенциала	**Знать:** • основные концепции и методы экономического обоснования нововведений и управленческих решений; • теоретические и практические подходы к определению источников

ПК- 2	Способен проводить аналитический этап экспертизы инвестиционного проекта	инновационной организации с использованием стандартных методик и алгоритмов. **ПК (ОУ)-2.3.** Выбирает способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации,	и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; • принципы проектного управления предприятием и сущности инновационных проектов; • методы и технологии отбора и реализации инноваций; • способы и источники финансирования инновационных проектов; • процесс и функции управления инновационным проектом; • особенностей управления международными инновационными проектами. **Уметь:** • ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией инновационного проекта; • анализировать внешнюю и внутреннюю инновационную среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; • оценивать риски, доходность и эффективность инновационных проектов; • разрабатывать инновационные стратегии развития организации; • понимать функции и процессы управления инновационными проектами в их взаимосвязи; **Владеть:** • методами инвестиционного анализа и анализа рынков инноваций; • навыками планирования деятельности инновационных структур; • методами разработки и обоснования инновационных продуктов; • методиками оценки

		планирования и контроля реализации проектов.	экономической эффективности и контроля инновационных проектов; • навыками планирования инноваций и инновационных проектов используя современные информационные технологии.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Очная форма
Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 акад. часов.

№ п/п	**Темы (разделы) дисциплины, их содержание**	**Семестр**	**Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)**						**Формы текущего контроля успеваемости** **Форма промежуточной аттестации** ***(по семестрам)***
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Роль и функции инноваций в современной экономике	7	4	4				2	Тестирование
	в том числе с ЭО и ДОТ							1	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
2	Национальные инновационные системы и государственное регулирование инновационной сферы	7	4	4				2	Практическое контрольное задание: «Сравнительный анализ НИС различных стран»
	в том числе с ЭО и ДОТ							1	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - пример презентации для контрольного задания
3	Особенности функционирования рынка инноваций. Субъекты	7	4	4				3	Тестирование

	инновационной деятельности								
	в том числе с ЭО и ДОТ							1	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
4	Трансфер технологий. Оценка объектов интеллектуальной собственности	7	4	4				4	Решение задач
	в том числе с ЭО и ДОТ							2	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - задачи для самоподготовки
5	Инновационный потенциал и инновационная активность предприятия. Формирование инновационных стратегий фирмы.	7	4	4				4	Кейс
	в том числе с ЭО и ДОТ							2	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - задание для кейса
6	Особенности инновационных проектов. Стандарт P2M.	7	4	4				4	Тестирование
	в том числе с ЭО и ДОТ							2	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
7	Маркетинг инноваций в инновационном проекте.	7	4	4		1		4	Кейс
	в том числе с ЭО и ДОТ							2	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - задание для кейса
8	Финансирование и экономическая оценка инновационного проекта.	7	4	4		1		4	Решение задач
	в том числе с ЭО и ДОТ							2	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - задачи для самоподготовки
9	Управление рисками инновационного проекта	7	4	4				4	Практическое контрольное задание по разработке бизнес -плана инновационного проекта
	в том числе с ЭО и ДОТ								Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - пример бизнес-плана инновационного проекта

						2	**0,5**	**33,5**	**Экзамен**
	Всего	**144**	**36**	**36**		**7**	**0,5**	**64,5**	

Содержание разделов дисциплины:

Тема №1. «Роль и функции инноваций в современном обществе».

Инновации в рыночной экономике. Инновационный менеджмент как учебная дисциплина. Становление теории инноватики. Инноватика как наука. Классификации инноваций и их специфика.

Тема №2 «Национальные инновационные системы и государственное регулирование инновационной сферы».

Структура НИС и ее основные параметры. Национальные особенности на примере организации инновационных систем развитых стран. Российская инновационная система в условиях новой экономики. . Функции государства в инновационной сфере. Прямые и косвенные методы государственной поддержки инновационной деятельности.

Тема №3 «Особенности функционирования рынка инноваций. Субъекты инновационной деятельности»

Рынок инноваций. Значение, цели, задачи и особенности анализа спроса на инновации

Методы анализа спроса. Формирование портфеля проектов. Субъекты инновационного рынка: стратегические мотивы, цели, методы ведения инновационной деятельности. Организационные формы инновационных предприятий. Типы инновационных предприятий.

Малые инновационные фирмы. Венчурные фирмы. Научные организации как субъекты инновационного рынка.

Тема №4 «Трансфер технологий. Оценка объектов интеллектуальной собственности»

Понятие технологического трансфера. Формы коммерческого и некоммерческого трансфера. Особенности коммерческого трансфера. Объекты трансфера технологий. Рынок ОИС. Основные типы защиты интеллектуальной собственности: патенты, авторские свидетельства и товарные знаки. Способы трансфера технологий. Интеллектуальная собственность как актив предприятия. Основные подходы к оценке ОИС: затратный, сравнительный и доходный.

Тема №5 «Инновационный потенциал и инновационная активность предприятия. Формирование инновационных стратегий фирмы»

Инновационный потенциал и инновационная активность фирмы. Измерение инновационной активности. Виды инновационных стратегий. Оценочные показатели и выбор инновационной стратегии.

Тема №6 «Особенности инновационных проектов. Стандарт P2M».

Отличия инновационного проекта от инвестиционного. Японский стандарт управления проектами P2M и его инновационная направленность. Особенности планирования инновационного проекта. Организация управления инновационным проектом. Контроль и регулирование работ по проектам. Сетевые методы в управлении проектами. Управление

творческими группами. Подбор персонала для исследовательского проекта. Системы мотивации и поощрения персонала.

Тема 7. Маркетинг инноваций в инновационном проекте.

Процесс потребления новых товаров. Выбор предпочтительного сегмента рынка для продвижения инноваций. Разработка маркетингового комплекса нового товара. Методы ценообразования на инновации. Особенности ценовой политики по новым товарам. Планирование стратегии сбыта инновационной продукции. Мерчандайзинг высокотехнологичной продукции. Сервис высокотехнологичной инновационной продукции.

Тема № 8 «Финансирование и экономическая оценка результатов инновационной деятельности»

Финансово-кредитная поддержка инновационной деятельности. Источники финансирования инноваций. Особенности венчурного финансирования инновационных проектов. Цели и инвестиционные приоритеты различных источников. Оценка эффективности инновационного проекта.

Тема №9 «Управление рисками инновационного проекта»

Риск как экономическая категория. Особенности и виды инновационных рисков.

Методы оценки и учета рисков

5. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Академическая лекция – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Требования к академической лекции: современный научный уровень и насыщенная информативность, убедительная аргументация, доступная и понятная речь, четкая структура и логика, наличие ярких примеров, научных доказательств, обоснований, фактов. Содержание лекции должно охватывать либо тему в целом, либо ее логически завершенную часть. Последовательность изложения лекционного материала должна по возможности учитывать его востребованность в параллельно выполняемых заданиях. Одновременно для лучшего восприятия лекционного материала используется визуальный материал в виде презентаций Power Point. Это позволяет одновременно задействовать несколько каналов восприятия и за счет постоянного переключения каналов, достичь большей концентрации внимания. Презентации сопровождены примерами из практики, что способствует лучшему запоминанию материала.

Семинар (семинарское занятие) – форма занятия, на котором происходит обсуждение студентами под руководством преподавателя заранее подготовленных докладов, рефератов, проектов. Семинар выполняет следующие функции: систематизация и обобщение знаний по изученному вопросу, теме, разделу; совершенствование умений работать с дополнительными источниками, сопоставлять изложение одних и тех же вопросов в различных источниках информации; умений высказывать свою точку зрения, обосновывать ее; писать рефераты, тезисы и планы докладов и сообщений, конспектировать прочитанное. План семинара озвучивается заранее и в нем обычно указываются основные вопросы, подлежащие рассмотрению и литература, рекомендуемая всем и отдельным докладчикам.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков и закреплению полученных на лекции знаний по предложенному алгоритму.

Консультации – вид учебных занятий, являющиеся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов в течение семестра. На консультациях по инициативе

студентов рассматриваются и обсуждаются различные вопросы тематики дисциплины, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

Экзамен. Экзамен проводится в форме собеседования по основным проблемам курса, представленных в вопросах для подготовки к экзамену. Каждый экзаменационный билет, состоящий из двух теоретических вопросов, дополняется задачей или проблемной ситуацией.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором присутствуют:

- задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- средства текущего контроля успеваемости студентов (тестирование);
- презентации и тексты лекций по темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

1) для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader DC.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература

Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468930

б) дополнительная литература

1. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468791

2 Инновационный менеджмент : учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7709-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469006

в) ресурсы сети «Интернет»

1) Научная электронная библиотека (НЭБ) (http://elibrary.ru)
2) Электронный архив ЯрГУ (http://elar.uniyar.ac.ru/jspui/community-list)
3) Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ
4) Федеральный портал по научной и инновационной деятельности www.sci-innov.ru
5) Информационный Интернет-канал www.innovbusiness.ru
6) Издание «Науки и технологии России» www.strf.ru

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

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:
Доцент кафедры управления и предпринимательства, к.э.н. _____Андреев В.Е.

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Управление инновационными проектами»

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине

1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1.1 Контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущей аттестации

Тесты по теме №1

Вариант 1

1.Инновация это:

a) использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений;

b) фундаментальные исследования и разработка теоретического подхода к решению проблемы, финансирующиеся из бюджета на безвозвратной основе;

c) подготовка инвестиционного предложения для потенциального инвестора.

2. Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его повседневного использования называется:

a) жизненный цикл инновации;

b) инвестиционный цикл;

c) проектный период.

3. Рост экономических показателей за счет совершенствования подготовки исходных материалов и параметров процесса за счет снижения издержек производства обеспечивают:

a) инновации-процессы

b) инновации-продукты

4. Применение результатов прикладных исследований для создания образцов новой техники, материалов, технологии:

а) промышленное производство;

б) проектирование;

с) опытно-конструкторские работы.

5. Результаты исследований каких ученых легли в основу современной теории инноватики?

a. К. Маркса

в. Й. Шумпетера

c. А. Смита

d. Н. И. Бухарина

e. Н. Д. Кондратьева
f. А. Файоля

6. На каком из этапов жизненного цикла инновации появляется большинство изобретений?
a. прикладные НИР
b. фундаментальные НИР
c. эскизно-техническое проектирование на стадии ОКР
d. разработка рабочей конструкторской документации на новые образцы
e. изготовление и испытания опытного образца

7. Что понимается под нововведением (инновацией) в инноватике?
a. практическое использование новшества с момента технологического освоения производства и масштабного распространения в качестве новых продуктов и услуг;
b. использование новшества в технологии производства продуктов и выполнения услуг;
c. освоение производства и масштабного распространение новых продуктов и услуг.

8. Какой из ниже перечисленных факторов в наибольшей степени обусловливает медленное развитие нового технологического уклада на определенном отрезке времени после его зарождения?
a. достаточно длительный период освоения новых производственных мощностей и сырьевых ресурсов
б. монопольное положение компаний, которые первыми применили нововведения-продукты
c. особенности психологии людей, выражающиеся в нежелании менять ставшие традиционными привычки, устои и т.д.

9. Деятельность, состоящая в выборе цели инновации, постановке задачи, выполняемой инновацией, поиске идей инновации, ее технико-экономическом обосновании и в материализации идеи:
a) продвижение инновации;
б) диффузия инновации;
c) инициация инновации.

10. Процесс последовательного перехода от идеи возможного нововведения до создания, продажи и диффузии этого нововведения:
a) инновационная деятельность;
b) инновационный процесс;
c) инновационный проект;
d) инновационная программа.

Вариант 2

1. Инновационная деятельность направлена на:
a) строительство, реконструкцию или расширение действующих предприятий, зданий, сооружений и других видов основных фондов, предназначенных для производства новых продуктов и услуг;
b) практическое использование научного, научно-технического результата и интеллектуального потенциала с целью получения нового или улучшения производимого продукта, способа его производства и удовлетворения общества в конкурентоспособных товарах;
c) осуществление инвестиций в объекты нематериальной сферы;
d) все вышеназванное.

2. Рост прибыли за счёт повышения цены на новые продукты или модификацию прежних, а так же за счет увеличения объема продаж обеспечивают:

a) инновации-процессы

b) инновации-продукты

3. Первым этапом создания новшества является:

a) экспериментальные разработки в лабораториях и экспериментальных производствах, определение технических параметров, проектирование изделий, изготовление, испытание, доводка;

b) исследования прикладного характера и создание экспериментальных моделей;

c) фундаментальные исследования и разработка теоретического подхода к решению проблемы, финансирующиеся из бюджета на безвозвратной основе

4. Один из этапов инновационного процесса, включающий проведение испытаний новой (усовершенствованной) продукции, а также техническую и технологическую подготовку производства:

а) фундаментальные исследования;

в) прикладные исследования;

с) освоение;

д) промышленное производство.

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

a. теория длинных волн, или больших циклов конъюнктуры

b. теория длинных, средних и коротких циклов деловой активности

c. теория циклов экономического роста

d. теория циклов общественного развития

6. Ядром какого технологического уклада стало развитие железнодорожного транспорта?

a. первого

b. второго

c. третьего

d. четвертого

e. пятого

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

a. технические

b. технологические

c. экономические

d. продуктовые

e. организационные

f. финансовые

g. социальные

8. Что является объектами исследования в теории инноватики?

a. инновационный менеджмент

b. технологические уклады

c. деловые циклы

d. инновационные стратегии

e. жизненные циклы продукции, технологий, товаров

g. инновационные процессы

9. Взаимосвязанное поступательное движение развития науки и техники,проявляющееся с одной стороны, в постоянном воздействии науки, открытий и изобретений на уровень техники и технологий, с другой – в применении новейших приборов и оборудования в научных исследованиях, – это:

а) научно-техническая революция;

б) научно-технический переворот;

с) научно-технический прогресс.

10. Внедрение нового продукта, возможная область применения которого, а также функциональные характеристики, свойства, конструктивные или используемые материалы и компоненты существенно отличаются от ранее выпускающихся продуктов:

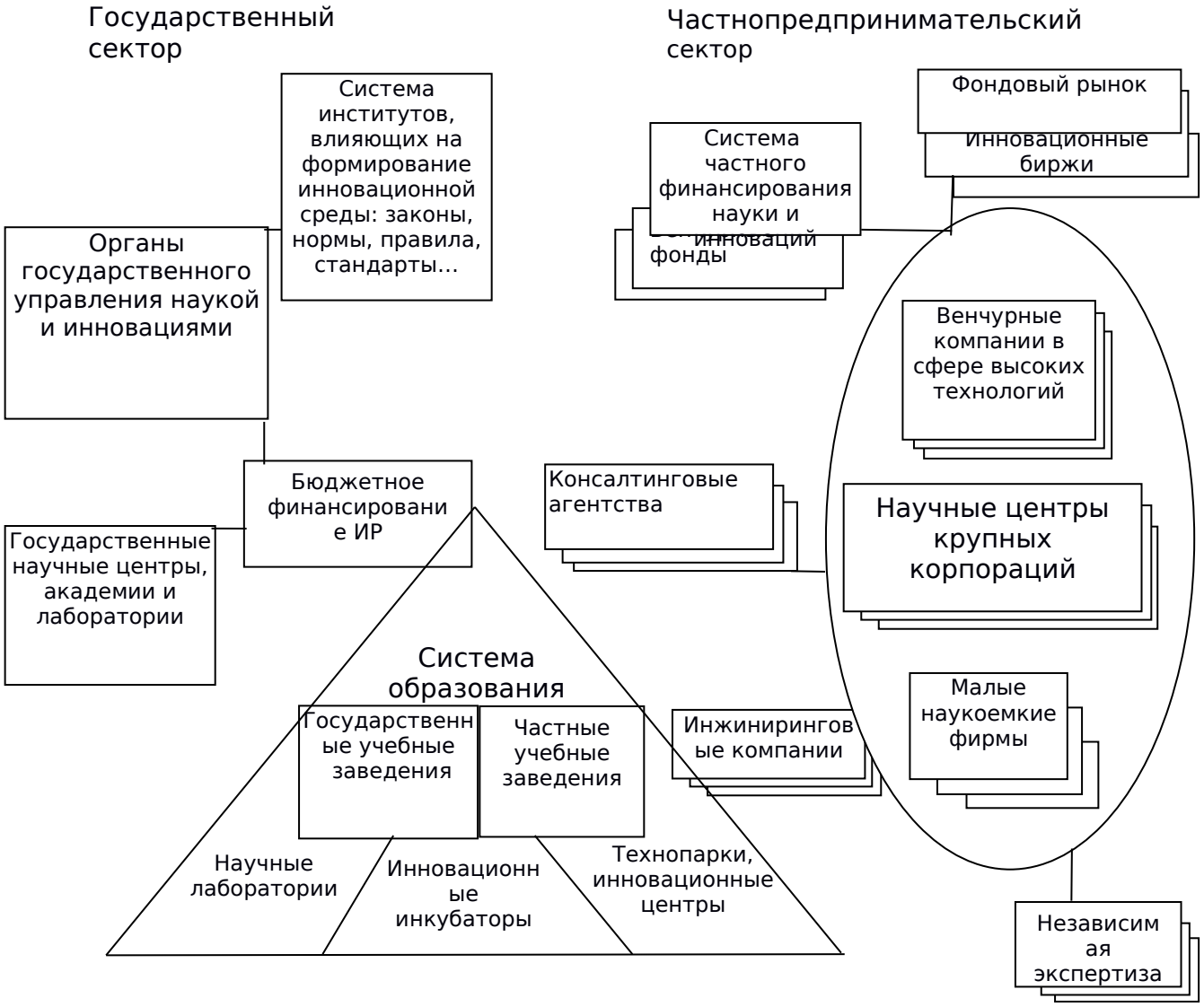
а) базисная инновация;

б) улучшающая инновация;

с) «псевдо» инновация.

Вопросы для обсуждения в ходе практического занятия по теме №2

Структура НИС



На основе представленной структуры НИС необходимо раскрыть следующие проблемы:

1. Роль инноваций в системе мирового хозяйствования
2. Становление и развитие теории инноватики
3. Сравнительная характеристика развития национальными инновационными системами США, Японии и стран ЕС

4. Проблема формирования и развития национальной инновационной системы России
5. Деятельность финансовых институтов развития в инновационной экономики: мировой опыт и российская реалии
6. Проблемы становления и интеграции национальных инновационных систем в условиях глобализации.

Тест по теме № 3

1. Какой тип инновационного поведения описывается следующим образом: «массовое производство нового продукта с опережением конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба»?
а. виолентный б. патиентный в. эксплерентный г. коммутантный
2. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведённого в вопросе 1, описывается следующим образом: «приспособление к узким сегментам рынка (нишам) путем специализированного производства новой продукции с уникальными свойствами»?
3. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведённого в вопросе 1, описывается следующим образом: «выход на рынок с радикально новым продуктом и захват части рынка»?
4. Какой тип инновационного поведения из перечня, приведённого в вопросе 1, описывается следующим образом: «приспособление к условиям местного рынка, заполнение свободных рыночных ниш, имитация новинок»?
5. Определите, к какому типу относятся предприятие, характеризуемое следующим образом: «Предприятие «Дельта» - небольшая организация (с численностью работающих – 300 чел.), посвятившая себя исследованиям и разработкам (НИОКР), часто предлагающая новые решения».
а. виолент б. патиент в. эксплерент г. коммутант
6. Определите, к какому типу из перечня, приведённого в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Объединение «Заря», занятое массовым выпуском изделий, обладающее большими ресурсами, с 20-тысячным коллективом, в плановом порядке переходит на новые модели».
7. Определите, к какому типу из перечня, приведённого в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Фирма «Источник» - малое предприятие с 50 работающими, занято оказанием наукоемких услуг (консультационная деятельность, программирование, подготовка кадров)».
8. Определите, к какому типу из перечня, приведённого в вопросе 5, относится предприятие, характеризуемое следующим образом: «Предприятие «Квант» - средняя организация с 2000 работающими, выпускает широкий спектр наукоемкой оригинальной продукции малыми сериями, постоянно ищет ниши».
9. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «виоленты» – по Л.Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир):
а. серая мышь
б. гордый лев, могучий слон, неповоротливый бегемот
в. хитрая лиса
г. первая ласточка
10. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «патиенты» – по Л. Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведён в вопросе 9.
11. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «эксплеренты» – по Л. Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведён в вопросе 9.
12. Как соотносится между собой группа классификаций предприятий «коммутанты» – по Л. Г. Раменскому (по типу конкуренции в мире растений) и по Х. Фризевинкелю (животный мир). Перечень возможных вариантов классификации приведён в вопросе 9.

13. Предприятие работает на рынке много лет. Имеет массовое и крупносерийное производство широкой гаммы разных изделий. Испытывает большие трудности на рынке и в финансах. Есть нерентабельные производства. По классификации предприятий по Х. Фризевинкеля, это предприятие является…
а. гордым львом
б. могучим слоном
в. неповоротливым бегемотом
14. Предприятию меньше 10 лет. Молодое предприятие выпускает в массовом количестве, в основном, единственное изделие. Оно практически является монополистом в своей области, и у него нет конкурентов на рынке. По классификации предприятий Х. Фризевинкеля, это предприятие является…(варианты классификации см. в вопросе 13).
15. Предприятие с устоявшимся имиджем выпускает ограниченное количество (5-7) изделий массовым тиражом. Есть проблемы с производством и конкуренцией. Возникают проблемы со снятием с производства ряда изделий. По классификации предприятий Х. Фризевинкеля, это предприятие является…(варианты классификации см. в вопросе 13).

Охарактеризуйте поведение следующих групп организаций, выделенных по признакам организационного поведения:
• *виоленты*, или *Гордые Львы, Могучие Слоны, Неповоротливые Бегемоты*;
• *патиенты*, или *Хитрые Лисы*;
• *эксплеренты*; или *Первые Ласточки*;
• *коммутанты*, или *Серые Мыши*.

При характеристике укажите следующие признаки основных типов инновационного конкурентного поведения организаций:
- уровень конкуренции;
- новизна отрасли;
- какие потребности обслуживает;
- профиль производства;
- размер компании;
- устойчивость компании;
- расходы на НИОКР;
- факторы конкурентной силы, преимущества;
- динамизм развития;
- издержки;
- качество продукции;
- ассортимент;
- тип НИОКР;
- сбытовая сеть;

Тесты по теме № 4

Вариант № 1

1. Что признается интеллектуальной собственностью по российскому законодательству?
а) исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг;

б) вещные права на материальные носители, в которых выражено произведение;
в) результаты интеллектуальной деятельности.

2. Как соотносятся такие объекты гражданских прав как ноу-хау и объекты исключительных прав?

а) это тождественные объекты;
б) это разные объекты гражданских прав;
в) некоторые объекты исключительных прав являются коммерческой тайной.

3. Обладают ли вещественной формой объекты интеллектуальной собственности?

а) да;
б) нет, эти объекты носят нематериальный (идеальный) характер;
в) обладают только произведения литературы.

4. Какие из признаков не характерных для объектов исключительных прав?

а) абсолютный характер прав на них;
б) вещественный характер прав на них;
в) срочность исключительных прав на них

5. Какие признаки охраноспособности имеет изобретение?

а) новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость;
б) новизна, оригинальность, промышленная применимость;
в) новизна, творческий уровень, промышленная применимость.

6. Каков срок действия патента на изобретение?

а) 20 лет;
б) 10 лет;
в) 5 лет.

7. Кто может быть субъектом патентного права?

а) граждане и юридические лица;
б) только юридические лица;
в) только физические лица, при условии, что они являются индивидуальными предпринимателями без образования юридического лица.

8. Может ли наименованием места происхождения товара быть историческое название географического объекта?

а) нет;
б) да;
в) да, но при условии, что оно является общеизвестным и употребляется как обозначение товара определенного вида.

9. Права на какие объекты могут передаваться по лицензионному договору?

а) на товарные знаки;
б) на наименования мест происхождения товаров;
в) на фирменные наименования.

10. По какому договору могут передаваться права на товарный знак?

а) по лицензионному договору;
б) по авторскому договору;
в) по договору о передаче ноу-хау.

Вариант № 2

1. В чем ведении находится законодательство об интеллектуальной собственности?

а) в исключительном ведении РФ;
б) в исключительном ведении субъектов РФ;
в) в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов.

2. Какой правовой режим распространяется на секреты производства (ноу-хау)?

а) режим вещных прав;
б) режим исключительных прав;
в) фактическая монополия разработчика.

3. Являются ли понятия «интеллектуальная собственность» и «право интеллектуальной собственности» тождественными?

а) да;
б) нет;
в) интеллектуальная собственность входит в понятие право интеллектуальной собственности.

4. Какие объекты охраняются в Российской Федерации патентным правом?

а) программы для ЭВМ, изобретения;
б) изобретения, полезные модели и промышленные образцы;
в) изобретения, полезные модели, промышленные образцы и товарные знаки.

5. Какие объекты не признаются патентоспособными изобретениями?

а) научные теории и математические методы;
б) устройства и способы;
в) культуры клеток растений и животных.

6. В каких случаях возможно досрочное прекращение действия патента?

а) при неуплате в установленный срок пошлины за поддержание патента в силе;
б) при не использовании запатентованного объекта;
в) при передаче патента по договору об уступке патента.

7. Каков срок действия свидетельства на товарный знак?

а) 10 лет;
б) 20 лет;
в) 5 лет.

8. Может ли быть продлено действие регистрации товарного знака?

а) да, каждый раз на 10 лет;
б) да, один раз на 10 лет;
в) нет.

9. В течение какого срока действует исключительное право на фирменное наименование?

а) в течение 10 лет с момента регистрации юридического лица;
б) в течение всего срока существования юридического лица;

10. Подлежит ли государственной регистрации договор о передаче ноу-хау?

а) нет;
б) да, в Российском Агентстве по патентам и товарным знакам;
в) да, в Федеральном институте промышленной собственности.

Решение задач по теме №4 «Оценке объектов интеллектуальной собственности»

Вариант № 1

Задача №1

Необходимо оценить стоимость замещения нового оборудования, если известно, что разработка оборудования – аналога продолжалась 3 года, была выполнена 2 года назад и ее себестоимость, приведенная к экономическим условиям расчетного года составила 11 560 тыс. руб., а в разработке принимало участие 40 человек.
Время разработки нового оборудования – 2 года, участвовать будут 50 человек. Распределение стоимости по статьям калькуляции:

- стоимость сырья и материалов – 20%;
  заработная плата – 40%;

- стоимость оборудования – 30%;
- котрагентские расходы – 10%

Рост стоимости нового оборудования по статьям калькуляции составит – СиМ-10%, ЗП -20%, оборудование – 30%, контрагентские расходы – 20%.
Срок полезного использования оборудования – 10 лет.

Задача №2

Необходимо оценить стоимость лицензии, если срок лицензионного договора – 3 года, ставка роялти – 7%, ставка дисконтирования – 18%, ежегодный объем продаж прогнозируется в размере 12 000 тыс. руб.

Задача №3

Рассчитайте значение доли отчислений в пользу лицензиара от дополнительной прибыли лицензиата, если общая рентабельность составляет 35%, а базовая рентабельность – 10%. Ставка роялти составляет 10%.

Задача №4

Определить стоимость патента методом сравнения, если в качестве объекта-аналога выбран 1-й объект.

Элемент сравнения	Оцениваемый объект	1 объект-аналог	2 объект - аналог	3 объект - аналог
Цена сделки		1475000	1856000	1935000
Объем прав	Лицензия	Лицензия	Полный	Полный
Территория действия	Международный патент	Россия	Россия	Международный патент
Уровень затрат на освоение в производстве	Средний	Низкий	Высокий	Высокий
Конкуренция в отрасли	Средняя	Низкая	Высокая	Средняя
Срок оставшегося полезного использования, лет.	5	8	6	3

Анализ рынка патентов показал, что:
- скидка за продажу неполного объема прав составляет 50%;
- наличие международной регистрации повышает стоимость патента на 32%;
- нормативный срок полезного использования оцениваемого патента и патентов-аналогов составляет 10 лет;
- высокий уровень затрат на освоение в производстве, по сравнению со средним, снижает стоимость патента на 25%, а низкий уровень затрат, по сравнению со средним, завышает стоимость на 20%;
- высокая конкуренция в отрасли, по сравнению со средней, снижает стоимость патента на 10%, а низкая конкуренция, по сравнению со средней, завышает стоимость на 10%.

Задача №5

Рассчитать методом индексации затрат стоимость патента купленного предприятием по состоянию на 2010 год, если известно следующее:
- затраты на приобретение имущественных прав в 1999 году составили 500 000 руб.;
- затраты на освоение нематериального актива в производстве в 2002 году составили 50 00000 руб.;
- затраты на маркетинг в 1998 году составили 100 000 руб.;
- индекс изменения стоимости затрат составляет 12% в год;
- номинальный срок действия патента – 20 лет (патент выдан в 1998 году).

Вариант №2

Задача №1

Необходимо оценить стоимость замещения нового оборудования, если известно, что разработка оборудования – аналога продолжалась 4 года, была выполнена 1 год назад и ее себестоимость, приведенная к экономическим условиям расчетного года составила 11 500 тыс. руб., а в разработке принимало участие 30 человек.

Время разработки нового оборудования – 2 года, участвовать будут 10 человек. Распределение стоимости по статьям калькуляции:

- заработная плата – 70%;
- стоимость оборудования – 30%;

Рост стоимости нового оборудования по статьям калькуляции составит – ЗП -50%, оборудование – 30%. Срок полезного использования оборудования – 15 лет.

Задача №2

Какова стоимость прав на ОИС, срок полезного использования, которого 10 лет, ежегодные денежные потоки – 2500 тыс. руб., ставка дисконтирования – 15%, коэффициент амортизации – 10%.

Задача №3

Какова стоимость лицензии, если срок ее действия – 5 лет, ежегодный товарооборот составляет 100000 долл. в год. Лицензия обеспечивает увеличение рентабельности на 25%, при первоначальной (базовой) – 10%. Доля лицензиара от дополнительной прибыли – 15%, ставка дисконтирования – 15%.

Задача №4

Определить стоимость патента методом сравнения, если в качестве объекта-аналога выбран 2-й объект.

Элемент сравнения	Оцениваемый объект	1 объект-аналог	2 объект - аналог	3 объект - аналог
Цена сделки		1475000	1856000	1935000
Объем прав	Лицензия	Лицензия	Полный	Полный
Территория действия	Международный патент	Россия	Россия	Международный патент
Уровень затрат на освоение в производстве	Средний	Низкий	Высокий	Высокий
Конкуренция в отрасли	Средняя	Низкая	Высокая	Средняя
Срок оставшегося полезного использования, лет.	5	8	6	3

Анализ рынка патентов показал, что:
- скидка за продажу неполного объема прав составляет 50%;
- наличие международной регистрации повышает стоимость патента на 32%;
- нормативный срок полезного использования оцениваемого патента и патентов-аналогов составляет 10 лет;
- высокий уровень затрат на освоение в производстве, по сравнению со средним, снижает стоимость патента на 25%, а низкий уровень затрат, по сравнению со средним, завышает стоимость на 20%;
- высокая конкуренция в отрасли, по сравнению со средней, снижает стоимость патента на 10%, а низкая конкуренция, по сравнению со средней, завышает стоимость на 10%.

Задача №5

Рассчитать методом индексации затрат стоимость патента купленного предприятием по состоянию на 2009 год, если известно следующее:
- затраты на приобретение имущественных прав в 2003 году составили 1000000 руб.;
- затраты на освоение нематериального актива в производстве в 2005 году составили 100 00000 руб.;
- затраты на маркетинг в 2002 году составили 300 000 руб.;
- индекс изменения стоимости затрат составляет 10% в год;
- номинальный срок действия патента – 20 лет (патент выдан в 2000 году).

Вариант №3

Задача №1

Необходимо оценить стоимость замещения нового оборудования, если известно, что разработка оборудования – аналога продолжалась 5 лет, была выполнена 7 лет назад и ее себестоимость, приведенная к экономическим условиям расчетного года составила 11 100 тыс. руб., а в разработке принимало участие 40 человек.
Время разработки нового оборудования – 3 года, участвовать будут 30 человек. Распределение стоимости по статьям калькуляции:

- стоимость сырья и материалов – 20%;
  заработная плата – 40%;
- стоимость оборудования – 40%;

Рост стоимости нового оборудования по статьям калькуляции составит – СиМ-30%, ЗП -60%, оборудование – 40%.
Срок полезного использования оборудования – 20 лет.

Задача №2

Какова стоимость прав на ОИС, срок полезного использования, которого 8 лет, ежегодные денежные потоки – 1500 тыс. руб., ставка дисконтирования – 13%, коэффициент амортизации – 12%.

Задача №3

Определить текущую стоимость лицензии сроком действия на 3 года, с первоначальным платежом в 3000$, если прибыль 1-го года от использования лицензии = 10000$, 2-го года – 15000$, 3-го года – 18000$., при общей рентабельности в 30%, базовой рентабельности в 15%. Доля отчислений лицензиару в дополнительной прибыли – 20%, ставка дисконтирования – 15%.

Задача №4

Определить стоимость патента методом сравнения, если в качестве объекта-аналога выбран 3-й объект.

Элемент сравнения	Оцениваемый объект	1 объект-аналог	2 объект - аналог	3 объект - аналог
Цена сделки		1475000	1856000	1935000
Объем прав	Лицензия	Лицензия	Полный	Полный
Территория действия	Международный патент	Россия	Россия	Международный патент
Уровень затрат на освоение в производстве	Средний	Низкий	Высокий	Высокий
Конкуренция в отрасли	Средняя	Низкая	Высокая	Средняя
Срок оставшегося полезного использования, лет.	5	8	6	3

Анализ рынка патентов показал, что:
- скидка за продажу неполного объема прав составляет 50%;
- наличие международной регистрации повышает стоимость патента на 32%;
- нормативный срок полезного использования оцениваемого патента и патентов-аналогов составляет 10 лет;
- высокий уровень затрат на освоение в производстве, по сравнению со средним, снижает стоимость патента на 25%, а низкий уровень затрат, по сравнению со средним, завышает стоимость на 20%;
- высокая конкуренция в отрасли, по сравнению со средней, снижает стоимость патента на 10%, а низкая конкуренция, по сравнению со средней, завышает стоимость на 10%.

Задача №5

Рассчитать методом индексации затрат стоимость патента купленного предприятием по состоянию на 2008 год, если известно следующее:
- затраты на приобретение имущественных прав в 2002 году составили 600 000 руб.;
- затраты на освоение нематериального актива в производстве в 2004 году составили 4000 000 руб.;
- затраты на маркетинг в 2001 году составили 100 000 руб.;
- индекс изменения стоимости затрат составляет 10% в год;
- номинальный срок действия патента – 20 лет (патент выдан в 1999 году).

Кейс по теме №5

СИТУАЦИЯ: «КОНКУРЕНТНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КОРПОРАЦИИ *WAL-MART*»

История создания одной из крупнейших розничных сетей мира компании *Wal-Mart* связана с именем Sam Walton. В середине 1950-х гг. владелец нескольких универмагов господин Walton оказался перед фактом возросшей конкуренции со стороны двух новых форм розничной торговли: супермаркетов и стоковых магазинов *(discount stores).* Адаптируясь к новым рыночным условиям, Walton решил пойти по пути, отличному от лидеров в области низких цен, таких как *Kmart,* которые активно завоевывали крупные города. В качестве целевого рынка Walton выбрал небольшие населенные пункты с численностью населения менее 25 тыс. человек. Стратегия заключалась в том, что, предлагая товары по ценам не выше, чем в розничных сетях крупных городов, компания сможет привлечь потребителей за счет фактора близости. Действительно, вместо того чтобы добираться четыре-пять часов до ближайшего центра, покупатель может с той же экономической выгодой приобрести товар вблизи от дома.

В 1962 г. был построен первый магазин скидок *Wal-Mart* в городе Роджерз, штат Арканзас. Именно с первого магазина начала свою историю и известная корпоративная культура *Wal-Mart,* где каждый служащий участвует в управлении компанией и является генератором новых идей.

Wal-Mart, став первой компанией, открывшей магазин скидок в малом населенном пункте, сразу получила ряд преимуществ. Это низкие цены на недвижимость, низкие тарифы за рекламу, низкая текучесть кадров и бренд «самого крупного магазина в городе». Помимо этого, компания сразу стала частью общественной жизни благодаря созданию инфраструктуры вокруг торговой точки, спонсорской деятельности и предоставлению рабочих мест. Однако для того чтобы иметь возможность предлагать товары по низким ценам и удержать свои позиции при попытке внедрения на данный рыночный сегмент конкурентов, компании необходимо было разработать уникальную рыночную стратегию.

Руководство *Wal-Mart* сделало ставку на инновации в трех сферах. Первой новацией стала агрессивная стратегия завоевания малых городов, которая привела к появлению 276 магазинов в 11 штатах США к 1979 г. Таким образом, была достигнута цель экономии на масштабах деятельности.

Объектом следующей инновации стала система заказа и доставки продукции. Было создано несколько дистрибьюторских центров, объединяющих систему доставки товара по географическому признаку. Заказ на товары для магазинов одного географического региона происходил централизованно, затем товары доставлялись в конкретный дистрибьюторский центр, где происходила сортировка и погрузка товара для доставки в конкретную торговую точку.

Еще одной сферой инноваций стала внутрифирменная система коммуникаций. Была внедрена электронная система сканирования результатов торговли в каждом магазине, позволяющая эффективнее управлять активами. Информация по каждой торговой точке аккумулировалась в дистрибьюторских центрах, где консолидировалась отчетность по продажам и принималось решение о доставке очередной партии товара в конкретный магазин данного региона. Параллельно те же транспортные средства, что доставляли продукцию в магазины, использовались для получения товара у производителей, находящихся в радиусе центра дистрибьюции.

Централизованные закупки и автоматизированная система потока информации от торговых точек в дистрибьюторские центры и затем к производителям позволили компании установить взаимовыгодные отношения с такими крупными производителями, как *Procter&Gambles, Eastman Kodaks, Gitano,* прежде исключительно диктовавшими свои условия розничным сетям.

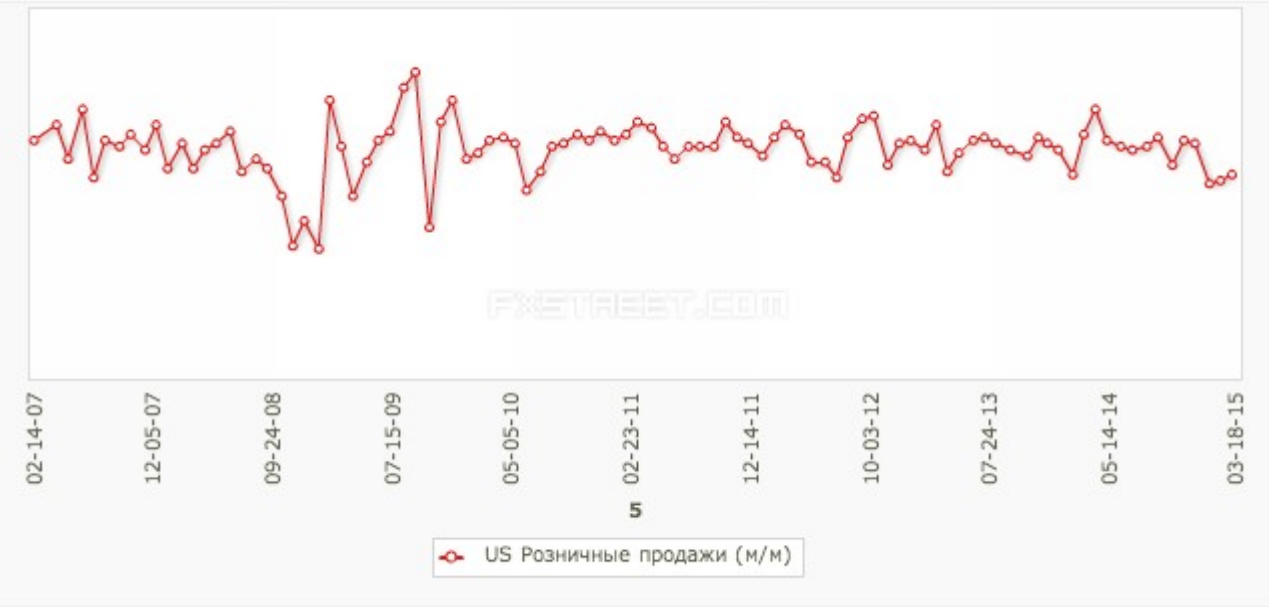
В 1994 г. компания *Wal-Mart* купила 122 магазина в Канаде, в 1995 г. вышла на рынок Аргентины и Бразилии.

Огромные масштабы и эффективная система логистики позволили компании только в 1991 г. сэкономить 720 млн. долл. Снижение затрат позволило значительно снизить уровень цен на товары. Если добавить к этому уникальную корпоративную культуру, где инновации не только приветствовались служащими, но и исходили от них, а также новейшую систему управления запасами и грамотный маркетинг, то конкурентные позиции *Wal-Mart* были непоколебимы. Компания *Kmart* не раз делала попытки выйти на рынок малых городов, но ей никогда не удавалось даже приблизиться по уровню продаж к *Wal-Mart.*

К 1995 г. компания *Wal-Mart* стала крупнейшей в мире розничной сетью. Важнейший показатель деятельности розничной сети – продажи на квадратный метр площади – составил у *Wal-Mart* 379 долл. по сравнению со 185 долларами у *Kmart.* 46% покупателей *Wal-Mart* отличались лояльностью, в то время как у *Kmart* этот показатель составлял лишь 19%. И, наконец, расходы компании (торговые

издержки, общие и административные расходы) составляли 15,8% от продаж, что является самым низким показателем в отрасли со средней долей расходов около 30%[1].

На сегодняшний день Wall Mart обладает крупнейшей в мире сетью розничных магазинов. У этого гиганта свыше 10 тыс. торговых точек в 27 странах мира, ежегодный торговый оборот превышает 470 млрд. долларов (это в 30 раз больше, чем у крупнейшей российской розничной торговой сети «Магнит»), а количество сотрудников в целом составляет 2.1 млн. человек. Все эти данные приведены безотносительно других ранее купленных торговых сетей, в частности южно-африканской Massmart. Кстати, Wall Mart является также крупнейшим в мире частным работодателем. Просто для сравнения – во всем высокотехнологичном секторе США работает порядка 4 млн. человек. Благодаря своим масштабам, этот гигант имеет весьма эксклюзивные возможности при ведении переговоров с поставщиками тех или иных товаров и при формировании ценовой политики. Это является безусловным конкурентным преимуществом Wall Mart.



При этом текущее состояние мирового потребительского сектора крайне неоднозначное. Если в США наблюдается высокая потребительская активность и активный рост потребительских расходов, то в Европе, Японии и странах СНГ пока наблюдается сокращение активности. Более того, из-за девальвации большинства валют относительно доллара, особенно валют стран СНГ, в долларов выражении наблюдается спад розничного торгового оборота. И тем не менее, несмотря на нестабильную ситуацию в мировой розничной торговле, бумаги Wall Mart демонстрируют удивительно устойчивый, пусть и не слишком стабильный рост. Более того, даже во времена мирового кризиса 2008-2009 гг. акции компании сумели избежать серьезного падения, сократившись в пиковые периоды обвала мировых рынков всего на 20%, в то время как, например, акции другого гиганта этой отрасли – Target Corp, обвалились более чем в 2 раза. Такая устойчивость в динамике акций компании безусловно увеличивает привлекательность в глазах инвесторов. Кроме того, весьма уверенное состояние американского потребительского сектора в целом, также будет оказывать поддержку бумагам.

Создание Wal-Mart Financial Services предусматривает сосредоточение под одной «крышей» всех усилий компании по проникновению в банковский бизнес. На своем интернетовском сайте Wal-Mart продвигает ряд финансовых услуг под девизом «Наилучшее качество и ценность финансовых услуг от компании, имени которой можно доверять». При детальном рассмотрении содержания эти услуги действительно могут вызывать повышенный интерес у потребителей.

Так, подразделение Wal-Mart Financial Services предлагает услуги по почтовому и телеграфному переводу денег, а также инкассации чеков (получение наличных денег) по ценам ниже комиссионных, обычно взимаемых банками за эти услуги. Перевод денег, например, стоит 46 центов против $1 у почтовой компании Postal Service. За инкассацию чеков взимаются комиссионные в сумме $3, т.е. их размер тоже ниже, чем стандартная процентная ставка сбора за эти операции. Потенциальный рынок для инкассации чеков чрезвычайно обширен: по данным американской компании Financial Services Center of America (бывшая National Check Cashers Association), ежегодно в США обрабатывается 180 млн. чеков на общую сумму $55 млрд. Не меньший потенциал и у рынка почтовых переводов: по разным оценкам,

1 *Kuntz M.* Re-inventing the store // Business Week, 1995. November 27.

только Postal Service обрабатывает более 200 млн. денежных почтовых переводов в год. Но Wal-Mart в партнерстве с фирмой TravelersExpress MoneyGram предлагает более дешевые денежные переводы.

Что касается эмиссии кредитных карточек, то Wal-Mart участвует в двух крупных программах, напрямую привязанных к гипермаркетам и универмагам розничной компании. Первая программа – это кредитные карточки сети магазинов Wal-Mart под названием «The Wal-Mart Credit Card». Ее в интересах розничного гиганта осуществляет фирма GE Consumer Finance через свой банк Monogram Credit Card Bank of Georgia. Каковы реальные масштабы этой программы и сколько клиентов в ней участвуют, сказать очень сложно, поскольку GE Consumer Finance реализует данный проект в режиме строжайшей секретности и конфиденциальности.

Вторая программа разработана банком JP Morgan Chase и носит название «Wal-Mart MasterCard» – кредитные карточки содержат логотипы и торговые марки обоих институтов, а их продвижение и маркетинг осуществляются с конца 1996 года. По данным JP Morgan Chase, в рамках данного проекта открыто уже 1.5 млн. счетов, однако другие важные детали этой программы банк не раскрывает.

По мнению многих экспертов, участие Wal-Mart в двух этих проектах по эмиссии кредитных карточек нацелено не столько на извлечение краткосрочных прибылей, сколько на получение сотрудниками компании финансового образования и накопление ими опыта ведения банковского бизнеса. Можно предположить, что Wal-Mart, обладая размерами, которые более чем достаточны для самостоятельной реализации собственной программы по эмиссии кредитных карточек (без привлечения для этих целей банка третьей стороны), использует совместное предприятие с GE Consumer Finance в качестве подготовительного и образовательного этапа на пути реализации более серьезных и крупномасштабных программ по выпуску кредитных карточек. Интересно, что соглашение Wal-Mart с JP Morgan Chase относительно проекта Wal-Mart MasterCard включает положение, предоставляющее розничной компании право просматривать и изучать информацию, которую Chase собирает о расходах и других операциях владельцев кредитных карточек.

Руководитель Wal-Mart Financial Services Джейн Томпсон в ряде заявлений подчеркивала, что реализация данных программ по эмиссии кредитных карточек идет полным ходом, однако Wal-Mart не планирует выпускать свои платежные карточки. Тем не менее, многие наблюдатели, да и сами официальные представители розничного гиганта, дают понять, что любое решение компании может быть однажды пересмотрено.

В последнее время, как отмечают ведущие международные аналитики, становится очевидным и тот факт, что Wal-Mart, наверняка, пойдет дальше эмиссии кредитных карточек и начнет предоставлять услуги по выдаче кредитов, ипотечных займов и открытию счетов до востребования, удовлетворяя, таким образом, растущие потребности своих клиентов и предоставляя им возможность получить универсальный банковский и торговый сервис в одном месте. Исходя из того что как GE Consumer Finance, так и JP Morgan Chase предлагают широкий ассортимент потребительских кредитных продуктов, легко предположить, что Wal-Mart сможет успешно справиться с ролью дистрибутора не только кредитных карточек, но и прочих финансовых услуг.

Заслуживает внимания и бизнес розничного гиганта с банкоматами (automatic teller machine – ATM). По данным на конец февраля текущего года, сеть Wal-Mart в США включала около 3400 магазинов, в которых функционировало 2718 банкоматов – действительно представительная и обладающая большим потенциалом сеть автоматических банковских терминалов. Принадлежат эти ATM различным банкам. Так, один из крупнейших операторов ATM Bank of America планирует заключить с Wal-Mart контракт на эксплуатацию к началу 2005 года 800 банкоматов в магазинах розничного гиганта. По словам пресс-секретаря Bank of America, на этих терминалах – не логотип банка, а название Wal-Mart Financial Services. Доходы, генерируемые банкоматами, распределяются между Wal-Mart и Bank of America.

С учетом того, что Wal-Mart ведет операции с крупными объемами наличных, многие эксперты задаются вопросом, есть ли смысл для компании формировать в дальнейшем партнерство с банками или независимыми операторами по эксплуатации ATM? Вероятно, нет. Скорее всего, розничный гигант будет стремиться к ведению прямых операций на рынке автоматических банковских терминалов. Если это так, то представляется, что Wal-Mart, наверняка, обратится к компании NCR, которая, будучи одним из крупнейших производителей ATM, уже считается также ведущим провайдером банковских технологий для Wal-Mart.

Таким образом, крупнейшая мировая розничная компания Wal-Mart не намерена отказываться от своих амбициозных планов проникновения на рынок финансовых услуг. Возможно, в этом ей помогут – пусть и опосредованно – прошедшие первые чтения в нижней палате американского парламента новые законопроекты Business Checking Freedom Act и Financial Service Regulatory Relief Act.

Вопросы и задания

1. К какому типу конкурентной инновационной стратегии относится выбранный компанией *Wal-Mart* метод адаптации к изменившимся условиям внешней среды?
2. Какими моделями можно описать выбор стратегии развития компании (матрица БКГ, матрица И.Ансоффа или др.)
3. Столкнулась ли компания с проблемой «каннибализма»? Существовали ли альтернативные возможности?
4. Какие инновационные шаги компании можно рассматривать в качестве использования стратегии «блокирования»? Насколько эти шаги оказались эффективны?
5. Смоделируйте ситуацию, когда на рынке появляется конкурент, сумевший добиться такого же эффекта экономии на масштабах, как и компания *Wal-Mart*. От чего будет зависеть его конкурентоспособность? Какую стратегию вероятнее всего выберет компания *Wal-Mart* по отношению к потенциальному конкуренту?

Тест теме №6

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

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

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

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

3. Что такое «инновационный потенциал предприятия»?

а. мера готовности предприятия выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели;
б. мера готовности предприятия к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внедрения инновации;
в. мера научно-технического, экономического и социального развития предприятия и уровень его организационной культуры;
г. степень соответствия профиля инновации научно-техническому потенциалу предприятия;
д. уровень адаптивности предприятия к инновации.

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

а. состояние внешней среды предприятия, содействующее или противодействующее достижению инновационной цели;
б. инвестиционный климат, политическая ситуация, природно-географический потенциал;
в. преобладающий технологический уклад, экономическая и политическая ситуация, развитие интеграции.

5. Чем определяется инновационная позиция предприятия?

а. инновационным потенциалом;

б. инновационным климатом;
в. техническими характеристиками инновации;
г. экономическими характеристиками инновации;
д. маркетинговыми характеристиками инновации.

6. Каково наиболее логичное соотношение понятий?
а. инновационная цель → стратегия развития фирмы → перспектива фирмы;
б. перспективное развитие → инновационная стратегия → инновационная цель;
в. цель развития фирмы → инновационная стратегия → инновационная цель.

7. Какой тип инновационного поведения описывается следующим образом: «массовое производство нового продукта с опережением конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба»?
а. виолентный;
б. патиентный;
в. эксплерентный;
г. коммутантный.

8. Какие из перечисленных ниже источников финансовых средств в инновации относятся к собственным?
а. прибыль;
б. акционерный капитал;
в. кредиты;
г. амортизация;
д. беспроцентные ссуды;
е. долевое участие, СП;
ж. процентные ссуды;
з. безвозмездные инвестиции.

9. Перечислите группы факторов инвестиционной привлекательности инновационных проектов
а. финансово-экономические;
б. внеэкономические;
в. отраслевая принадлежность;
г. репутация новатора;
д. возможность стратегического превосходства;
е. неформальные отношения новатора и инноватора.

10. Чем для внешнего инвестора является показатель «цена собственного капитала»?
а. нижним пределом рентабельности;
б. гарантией возврата вложенных средств;
в. единственным критерием для принятия решения о вложении средств.

11. Формулой расчета цены привлеченного капитала является…
а. средневзвешенный процент по привлеченным финансовым ресурсам;
б. абсолютная величина платы за пользование заемными средствами;
в. величина заемных средств.

12. Какие из перечисленных ниже основных факторов, определяющих цену привлеченного капитала, относятся к внутренним?
а. деловая репутация инноватора (имидж, политическая поддержка, система взаимоотношений с партнерами и т.д.);
б. государственная инвестиционная политика, уровень инфляции, имидж организации;
в. темпы роста ВВП, уровень инфляции, ситуация на финансовом рынке;
г. макроэкономическая ситуация, государственная инвестиционная политика, ситуация на финансовом рынке.

13. Что является нижней границей доходности инновационного проекта?
а. цена капитала;

б. цена собственного капитала;
в. цена привлеченного капитала.

14. Основными факторами, определяющими норму прибыли для инноватора, являются…
а. цена капитала, внутренние потребности производства;
б. ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;
в. альтернативные вложения средств и их доходность;
г. уровень риска.

15. Основными факторами, определяющими норму прибыли для внешнего инвестора являются…
а. цена капитала, внутренние потребности производства;
б. ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;
в. цена капитала, внутренние потребности производства, ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции;
г. альтернативные вложения средств и их доходность, уровень риска.

16. Для расчета коэффициента дисконтирования используются данные о…
а. доходности альтернативных проектов;
б. уровне премии за риск;
в. уровне инфляции;
г. процентной ставке по валютному депозиту.

17. Какой фактор предопределяет возникновение рисков при управлении инновациями?
а. неопределенность инновационных процессов;
б. множество альтернатив при принятии инновационных решений;
в. различие характеристик вариантов реализации инновации.

18. Если неопределенность в инновационном проекте увеличивается, риск…
а. возрастает;
б. убывает;
в. не изменяется;
г. может и возрасти, и снизиться в зависимости от ситуации.

19. Что понимается под неопределенностью в при управлении рисками инновационных проектов?
а. невозможность полного и исчерпывающего анализа всех факторов, влияющих на результат конкретных инновационных проектов;
б. отсутствие достоверной информации о состоянии внешней среды при реализации инновационного проекта;
в. влияние «человеческого фактора» на ход и результаты инновационного проекта.

20. Каковы условия возникновения риска инновационной деятельности:
а. существует несколько вариантов реализации инновации;
б. разные варианты реализации инновации имеют различную полезность для инноватора;
в. вероятность возникновения рисковой ситуации является достаточно высокой;
г. инновационная деятельность осуществляется в условиях неопределенности.

21. В соответствии с проектом инновационного развития Н-го банка предусмотрено развитие системы клиентского обслуживания в сети Интернет. Какие риски проекта среди перечисленных являются спекулятивными?
а. риски несанкционированного доступа к клиентским счетам;
б. риски изменения законодательства в области банковской деятельности;
в. риски национализации банковской системы;
г. риски появления на рынке банковских услуг иностранных банков.

22. Какие из перечисленных рисков относятся к научно-техническим рискам инновационного проекта создания системы радиокосмической навигации для автомобильных дорог?
а. отрицательные результаты тестовых испытаний разработанной системы;
б. существенное превышение сметной стоимости работ;
в. несоблюдение сроков разработки проекта;
г. появление на рынке аналогичного предложения.

23. Какие из перечисленных рисков относятся к рискам коммерческого предложения инновационного проекта строительства платных скоростных автомобильных дорог?
а. невыполнение поставщиками обязательств поставки дорожного покрытия надлежащего качества;
б. существенное превышение сметной стоимости работ;
в. ошибки в оценке потенциальной пропускной способности дорог;
г. появление на рынке аналогичного предложения.

24. Какие из перечисленных факторов риска инновационных проектов относятся к фундаментальным?
а. политические факторы;
б. макроэкономические факторы;
в. отраслевые факторы;
г. региональные факторы;
д. научно-технические факторы (специфика инновации);
е. технико-экономические факторы (параметры инновации);
ж. организационные факторы (особенности процесса реализации инновации);
и. инвестиционные факторы (особенности финансирования проекта).

25. Какие параметры риска можно описать качественными показателями?
а. степень риска;
б. мера риска;
в. рисковая ситуация;
г. возможность возникновения рисковой ситуации;
д. цена риска;
ж. уровень риска.

Тема №7
Методические рекомендации по подготовке отчета по теме «Реклама и продвижение инновационной продукции»

1. Выбрать объект исследования – отечественную или зарубежную компанию, осуществляющую активную инновационную деятельность.
2. Дать общую характеристику компании, показать основные инновационные направления ее деятельности,
3. Выбрать 1-2 новых товара или услуги фирмы для анализа ее рекламной деятельности на российском или мировом рынках (описание товара, инновационная составляющая, конкурентные преимущества, основные конкуренты).
4. Привести примеры успешных рекламных кампаний в РФ или других странах, а также применение инноваций в рекламной деятельности.

5. Использование информационных технологий, интернет - маркетинга в рекламной деятельности по продвижению этих товаров.
6. Брэндинг и его роль в рекламе этих товаров.

Задание по теме№ 8
«Венчурное финансирование»
Найти один или несколько правильных ответов:

1. Целями венчурного предпринимателя являются:
а) приобрести контрольный пакет акций предприятия для контроля за принятием стратегических решений;
б) приобрести пакет акций меньший, чем контрольный для получения стабильного дохода в долгосрочной перспективе в виде дивидендов;
в) приобрести пакет акций меньший, чем контрольный для финансирования рискованных проектов фирмы и получения в будущем дохода за счет его продажи;
г) приобрести пакеты акций предприятий различных отраслей для диверсификации рисков инвестиционных вложений.
2. Средний срок инвестиций в венчурный проект составляет:
а) 1-3 года;
б) 5-7 лет;
в) 10-15 лет;
г) более 20 лет.
3. Период пребывания венчурного капитала в компании можно назвать:
а) совместного бизнеса;
б) со финансирования;
в) андеррайтинга;
г) девелопмента;
д) «совместного проживания»
е) холдинговый период
4. Создание венчурных фирм предполагает наличие следующих компонентов:
а) идеи инновации — нового изделия, технологии;
б) лицензии на право осуществления депозитарной деятельности;
в) общественной потребности и предпринимателя, готового на основе предложенной идеи организовать новую фирму;
г) фондового рынка;
д) рискового капитала для финансирования.
5. Термин due diligence обозначает:
а) привлечение иностранных венчурных инвестиций;
б) анализ финансово-хозяйственной деятельности фирмы-реципиента венчурных инвестиций;
в) процесс оценки бизнеса с целью принятия решения об осуществлении инвестиций или отказе от инвестирования;
г) продажа пакета акций предприятия и выход венчурного предпринимателя из бизнеса;
д) превращение венчурного предприятия в «финансовую пирамиду».
6. Выберете верное утверждение:

а) венчурное финансирование осуществляется путем предоставления денежных ресурсов на беспроцентной основе и наличии обеспечения;
б) венчурное финансирование осуществляется при наличии гарантий по возврату денежных ресурсов, которые предоставляются на беспроцентной основе;
в) венчурное финансирование осуществляется путем предоставления денежных ресурсов на беспроцентной основе без гарантий их возврата;
г) венчурное финансирование осуществляется путем предоставления денежных ресурсов с низкой процентной ставкой, без гарантий их возврата.

Проведите сравнительный анализ следующих видов финансирования

Источники финансирования	Банки	Инвестиционные компании	Венчурное финансирование
Инвестиции в акционерный капитал			
Кредиты			
Долгосрочные инвестиции			
Рисковый бизнес			
Участие инвестора в управлении фирмой			

Необходимо определить

1. Долю инвестора в венчурной фирме, если инвестиции составили 10 млн. д.е., холдинговый период – 4 года, ставка венчурного дисконтирования – 40%, ожидаемая будущая стоимость фирмы – 100 млн. д.е.
2. Долю инвестора, если ROI – 40%, объем инвестиций – 20 млн д.е., холдинговый период – 4 года, ожидаемая стоимость фирмы – 80 млн. д.е.
3. Долю инвестора, до-инвестиционную, после-инвестиционную стоимость венчурной фирмы, если основатели фирмы имели 5млн. акций и 1 млн. д.е. инвестиций, инвестор получил 4 млн. акций при 3 млн. д.е. инвестиций.

Необходимо ответить на следующие вопросы

1. Назовите 3 наиболее существенных преимущества венчурного финансирования.
2. Перечислите основные типы венчурных инвесторов. Какие факторы наиболее важны для каждого типа при отборе компаний и почему?
3. Как инновационному стартапу увеличить свои шансы на попадание в портфель венчурного инвестора?

Задание к теме №9

Уникальный шифр Проекта (заполняется экспертом)

1. **Организация -Заявитель**

2. **Краткое наименование и суть Проекта**

3. **Новизна технического решения (нужное отметить и, при необходимости, раскрыть)**

технологии-аналоги отсутствуют (неизвестны);

принципиально новое решение, существенно улучшающее аналоги;
полезная модификация известных технических решений;
полезный эффект достигнут за счет других (организационных и т.п.) решений;
улучшения технологий-аналогов не очевидны и сомнительны.

4. **Степень фундаментальности (отметить и указать источник)**

Использованы результаты фундаментальных исследований:
а) новейших;
б) известных ранее, но не применявшихся;
в) известных и применявшихся;
использованы данные поисковых работ (своих, не своих);
основой решения являются давно известные факты;

5. **Преимущества (отметить и указать количественные и качественные показатели)**

существенные перед известными;
очевидные;
незначительные;
отсутствуют;

6. **Наличие патентно-правовой защиты (отметить, указать документ и принадлежность прав, включая договорную основу)**

патент:
а) имеется;
б) оформляется;
в) подана заявка;
г) заявка не подана, идет поиск аналогов;
разработка патентоспособна, но оформление патента(ов) нецелесообразно (указать причину);
разработка непатентоспособна.

7. **Применимость во многих отраслях (отметить и указать в каких)**

более, чем в трех;
не менее трех;
в двух;
в одной (стабильное, эпизодическое).

8. **Перспективность (отметить)**

новое направление в технике;
основа модернизации многих видов техники;
улучшает характеристики техники данной отрасли;
эффект применения не очевиден;
сомнительна;

9. **Вероятность технического успеха (отметить)**

1,0; 0,8; 0,6; 0,4; 0,2;

10. **Вероятность коммерческого успеха (отметить)**

1,0; 0,8; 0,6; 0,4; 0,2;

11. **Оценки экономических показателей (краткий расчет, с указанием структуры основных затрат и планируемых результатов - прилагается к анкете)**

потребные инвестиции, млн.руб. _____
срок окупаемости, месяцев _____
простая норма чистой прибыли (%) _____

12. Спрос на продукцию (отметить и указать потребителей)

есть конкретные заявки, договоры (указать документ);
проведен маркетинг и определен спрос;
есть данные по спросу на аналоги;
известны возможные потребители;
данные отсутствуют;

13. Оценка размера потенциального рынка (млн.руб.) и его доля (в %) внутри страны и за рубежом

внутренний рынок _____
внешний рынок _____
оценки не производились (отметить);

14. Сбыт продукции предполагается (отметить)

через собственные проверенные на деле каналы;
через партнеров;
вопрос проработан (описать стратегию);
вопрос:
а) в стадии рассмотрения;
б) не обсуждался;

15. Оценка расходов (млн.руб.) и необходимого времени на завоевание «своей» доли рынка.

расходы:
всего _____
на рекламу _____;
на сертификацию _____;
другое _____
сроки _____;

16. Возможное вредное воздействие технологии и производимого продукта (отметить)

отсутствует;
меньше допустимых;
не превышает допустимые;
может повышать по отдельным компонентам (указать по каким);

17. Степень безопасности работ (отметить)

работы безопасны;
опасность незначительна (маловероятна;
такая же, как при создании утилизируемой техники;
работы опасны;
повышенная степень опасности;

18. Затраты на обеспечение экологии и повышения безопасности работ (млн.руб.)

учтены ли в смете проекта (да, нет)
сумма (млн.руб.) _____

19. Доступность ресурсов (отметить)

доступны все виды, в том числе частично финансовые (указать величину);
доступны все виды, кроме финансовых;
требуются:

а) незначительная модернизация сооружений и оборудования;
б) новое оборудование;
в) капстроительство и оборудование;
г) сырье, в том числе дефицитное;
д) энергия;
е) кадры (указать какие);
определено ли место изготовления нестандартных деталей и оборудования;
определено ли место, стоимость и сроки сборки и испытаний оборудования (указать);

20. Имеющийся задел (отметить)

смонтирована и испытана экспериментальная установка;
оборудование есть и смонтировано:
а) в объеме 80%;
б) в объеме 40%;
имеются только отдельные (не все) части установки;
имеется только эскизный проект;
другое;

21. Время реализации проекта

месяцев _____

22. Время реализации конкретного этапа проекта под запрошенное финансирование

месяцев _____

23. Организация способна выполнить НИОКР (отметить)

самостоятельно;
с привлечением сторонних организаций:
а) в объеме до 30%;
б) в объеме до 50%;
требуется кооперация трех-четырех организаций;
организация не может быть головной.

23. Консультативные мероприятия и сопровождение проекта.

Критерии оценки форм текущего контроля

Тест

Тест–инструмент оценивания уровня знаний студентов, состоящий из системы тестовых заданий, стандартизованной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении тестирования.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на более чем 85 % тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-85 % тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % тестовых заданий и менее.

Практическое контрольное задание

Практическое контрольное задание может состоять из теоретического вопроса, практического задания или нескольких заданий (как теоретических, так и практических), в которых студент должен проанализировать и дать оценку конкретной ситуации или выполнить другую аналитическую работы.

Критерии оценки знаний студента при написании практического контрольного задания.

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов практического контрольного задания и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на практическое контрольное задание тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на практическое контрольное задание вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Кейс задание

Кейс -задание является одним из способов эффективного применения теории в реальной жизни через решение учебно-конкретных ситуаций. Кейс -метод предусматривает письменно представленное описание определенных условий из жизни хозяйствующего субъекта, ориентирующее студентов на формулирование проблемы и поиск вариантов ее решения.

Результат выполнения кейс -задания оценивается с учетом *следующих критериев:*

– полнота проработки ситуации;

– полнота выполнения задания;

–новизна и неординарность представленного материала и решений;

–перспективность и универсальность решений;

–умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Если результат выполнения кейс -задания соответствует обозначенному критерию студенту присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Критерии оценивания выполнения кейс -задания.

Оценка «отлично»

– при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо»

– при наборе в 4 балла.

Оценка «удовлетворительно»

– при наборе в 3 балла.

Оценка «неудовлетворительно»
– при наборе в 2 балла и менее.

Решение задач

Решение задач–инструмент оценивания уровня знаний студентов, состоящий из расчетных заданий по теме, стандартизованной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении тестирования.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного решения студента на более чем 81 % задач.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-80 % задач.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % задач.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % задач и менее.

Семинар

Семинар –метод, контроля знаний, заключающийся в осуществлении взаимодействия между преподавателем и студентом посредством получения от студента ответов на заранее сформулированные вопросы.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении опроса.

Оценка «отлично» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется за полный ответ на поставленный в опрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.

1.2 Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

Список вопросов к экзамену

1. Сущность понятия «инновация» и основные функции инноваций.
2. Классификация инноваций.
3. Жизненный цикл товара и его инновационные характеристики.
4. Этапы инновационного процесса и их краткая характеристика.
5. Инновационный менеджмент и инновационная деятельность.
6. Основные теории инноватики и их краткая характеристика.
7. Технологические уклады и их роль в экономическом развитии.
8. Структура НИС и ее основные элементы.
9. Особенности НИС развитых стран.

10. Российская инновационная система в условиях новой экономики.
11. Прямые и косвенные методы государственного регулирования инновационной деятельности.
12. Типология инновационных организаций в условиях современной экономики.
13. Особенности рискового (венчурного) инвестирования.
14. Важнейшие понятия и методы оценки рисковых инвестиций.
15. Рынок инноваций, его особенности и классификация.
16. Особенности анализа и факторы спроса и предложения инноваций.
17. Особенности маркетинга инноваций.
18. Трансфер технологий. Формы коммерческого и некоммерческого трансфера.
19. Отличительные особенности рынка ОИС.
20. Предметы лицензионной торговли.
21. Основные типы защиты интеллектуальной собственности.
22. Формы лицензионных вознаграждений.
23. Интеллектуальная собственность как актив предприятия.
24. Оценка объектов интеллектуальной собственности затратным и рыночным подходом.
25. Оценка объектов интеллектуальной собственности доходным подходом.
26. Инновационный потенциал организации. Показатели инновационной активности предприятия.
27. Факторы генерации нововведений в организации.
28. Основные направления и структуры инновационной деятельности на предприятии.
29. Использование матриц БКГ и И.Ансоффа в выборе инновационной стратегии.
30. Типология инновационных стратегий организации.
31. Показатели инновационной активности предприятия и выбор инновационной стратегии.
32. Эффект и эффективность использования инноваций.
33. Показатели экономической эффективности инноваций.
34. Формы финансирования инноваций.
35. Инновационный проект как объект управления.
36. Типология инновационных проектов.
37. Структура управления инновационными проектами.
38. Сущность и виды инновационных рисков.
39. Методы управления и оценки инновационных рисков.
40. Особенности и основные методы ценообразования на новую продукцию.

Образец билета

ФГБОУ ВО Ярославский государственный университет им. П.Г.Демидова

Кафедра управления и предпринимательства
Направление: 38.03.02 Менеджмент
Профиль: «Управление проектами»
Дисциплина УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Сущность понятия «инновация» и основные функции инноваций.

2. Типология инновационных проектов.

Зав. кафедрой управления и предпринимательства Д.Ю. Брюханов

канд. экон. наук, доцент

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен является формой заключительного контроля (промежуточной аттестации), в ходе которой подводятся итоги изучения дисциплины.

Экзамен по дисциплине предусматривает формулировку ответов на два экзаменационных вопроса, сформулированных в билете.

Критерии оценки знаний при проведении экзамена.

Оценка «отлично» выставляется студенту, который обладает всесторонними, систематизированными и глубокими знаниями материала учебной программы, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные учебной программой, усвоил основную и ознакомился с дополнительной литературой.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, обнаружившему полное знание материала учебной программы, успешно выполняющему предусмотренные учебной программой задания, усвоившему материал основной литературы, рекомендованной учебной программой.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который показал знание основного материала учебной программы в объеме, достаточном и необходимым для дальнейшей учебы и предстоящей работы, справился с выполнением заданий, предусмотренных учебной программой, знаком с основной литературой, рекомендованной учебной программой.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, не знающему основной части материала учебной программы, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных учебной программой заданий, неуверенно с большими затруднениями выполняющему практические задания.

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины
«Управление инновационными проектами»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Поэтому необходимо постоянно осуществлять контроль над систематической работой студентов. В начале изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием разделов дисциплины, с целями и задачами курса, связями с другими дисциплинами, списком основной и дополнительной литературы, графиком консультаций преподавателя.

Чтение лекций предполагает изложение структуры темы и краткого содержания ее основных вопросов, в основном, сложных для усвоения и (или) имеющих дискуссионный характер. Лекционный курс, в основном, строится на основных положениях в области основ бухгалтерского учета, представленных в научных трудах российских и зарубежных ученых, имеющихся в наличии в библиотеке Университета, ЭБС и упомянутых в списке основной и дополнительной литературы программы. После лекции студенты обращаются к данным источникам для закрепления знаний по рассмотренным на лекции вопросам. В случае затруднения необходимо обратиться за консультацией к преподавателю в соответствии с утвержденным графиком консультаций.

До очередного практического занятия по рекомендованным источникам студентам необходимо проработать теоретический материал, соответствующий теме занятия. При подготовке к практическим занятиям следует использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и комментарии к ним (доступ возможен через сайты справочно-информационных систем КонсультантПлюс, Гарант). На практическом занятии студенты должны принимать активное участие в обсуждении поставленных вопросов, с которыми необходимо ознакомиться заранее, а также в решении ситуационных задач и тестовых заданий.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Основы менеджмента» состоит в более тщательном изучении предложенного преподавателем теоретического материала, данного на лекциях на основе выложенных в системе Moodle презентаций, конспекта лекций и дополнительных источников, указанных в списке литературы. Для проверки качества изучения материала к отдельным темам предусмотрены тестовые задания для самопроверки.

Задачи для самостоятельного решения формулируются на лекциях и практических занятиях. В качестве них дома студентам предлагаются задачи, аналогичные разобранным на практических занятиях. Впоследствии решение этих задач при наличии вопросов со стороны студентов разбирается на последующих занятиях и/или обсуждается в чате

Преподаватель оценивает индивидуально работу каждого студента на основании проведенных опросов, решения задач и промежуточных контрольных мероприятий.