

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра « Организация работы с молодежью»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.09.01 Информационные инновации в торговой деятельности**

**Направление подготовки:** 38.03.06 Торговое дело

**Профиль подготовки:** Коммерция в АПК

**Квалификация (степень) выпускника** Бакалавр

**Форма обучения** очная

Оренбург 201 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ .....	3
1. 1 Лекция №1 (2 часа). Инновации - основные понятия, виды инноваций.....	3
1.1.1 Вопросы лекции:.....	3
1. 2 Лекция №2 (2 часа). Государственное регулирование инновационного развития.....	5
1.3 Лекция №3 (2 часа). Национальная инновационная система.....	6
1. 4 Лекция №4 (2 часа). Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности .....	6
1. 5 Лекция №5 (5 часа). Инновационные процессы в торговле.....	7
1. 6 Лекция №6 (2 часа). Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности .....	8
1. 7 Лекция №7 (2 часа). Развитие российского предпринимательства .....	9
1. 8 Лекция №8 (2 часа). Динамическое моделирование бизнеса.....	9
1. 9 Лекция №9 (2 часа) Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы. ....	12
1. 10 Лекция №10 (2 часа) Интеллектуальная собственность в инновационных процессах.....	12
1. 11 Лекция №11 (2 часа). Организация инновационной деятельности .....	13
1. 13 Лекция №13 (2 часа) Инновационный торговый проект .....	15
2.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ .....	15
Лабораторная работа №1 (2 часа). Организация инновационной деятельности.....	15
Лабораторная работа №2 (1 час). Анализ инновационной деятельности розничных торговых предприятий .....	16
Лабораторная работа №3 (1 час). Инновационный торговый проект .....	16
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ .....	17
Не предусмотрено.....	17
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ .....	17
4.1 Семинарское занятие №1 (4 часа). Инновации - основные понятия, виды инноваций.....	17
4.2 Семинарское занятие №2 (4 часа). Государственное регулирование инновационного развития.....	17
4.3 Семинарское занятие №3 (4 часа). Национальная инновационная система.....	18
4.4 Семинарское занятие №4 (4 часа). Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности.....	18
4.5 Семинарское занятие №5 (4 часа). Инновационные процессы в торговле.....	19
4.6 Семинарское занятие №6 (4 часа). Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности .....	19
4.7 Семинарское занятие №7 (4 часа). Развитие российского предпринимательства .....	20
4.8 Семинарское занятие №8 (2 часа). Динамическое моделирование бизнеса.....	20
4.9 Семинарское занятие №9 (2 часа). Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы. ....	21
4.10 Семинарское занятие №10 (2 часа). Интеллектуальная собственность в инновационных процессах .....	21

## 1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

### 1. 1 Лекция №1 (2 часа). Инновации - основные понятия, виды инноваций

#### 1.1.1 Вопросы лекции:

##### 1. Виды и классификация инноваций

##### 2. Понятие Технологически новый продукт и Технологически усовершенствованный продукт

#### 1.1.2 Краткое содержание вопросов:

1. Наиболее полную классификацию инноваций разработал известный российский ученый А.И. Пригожин на основе следующих признаков:

- распространенность;
- место в производственном процессе;
- преемственность;
- ожидаемый охват доли рынка;
- степень новизны и инновационный потенциал.

Внутри каждой из пяти групп он предложил следующее подразделение:

Виды **инноваций по распространенности**:

- единичные;
- диффузные;

Виды инноваций **по месту в производственном цикле**:

- сырьевые;
- обеспечивающие (связывающие);
- продуктовые;

Виды инноваций **по преемственности**:

- замещающие;
- отменяющие;
- возвратные;
- открывающие;
- ретровведения;

Виды инноваций **по ожидаемому охвату доли рынка**:

- локальные;
- системные;
- стратегические;

**По степени новизны и инновационному потенциалу**, выделяют инновации:

- радикальные;
- комбинаторные;
- совершенствующие.

**По степени новизны для рынка** инновации делятся также на:

- новые для отрасли в мире;
- новые для отрасли в стране;
- новые для данного предприятия (группы предприятий).

Кроме того, классифицировать инновации можно:

- по степени воздействия на экономику;
- по уровню воздействия на процесс производства;
- по уровню воздействия на факторы производства;
- по области применения;
- по причинам возникновения;
- по характеру удовлетворяемых потребностей.

Виды инноваций **по уровню воздействия на экономику**:

- базовые;
- улучшающие;
- псевдоинновации.

**Базовые** основаны на научных открытиях и крупных изобретениях новых поколений техники и технологии; их накопление приводит к новому технологическому уровню;

**Улучшающие** инновации способствуют диффузии, растворению базовых инноваций;

**Псевдоинновации** - к сожалению, наиболее распространенные — позволяют путем незначительного совершенствования базовых и улучшающих инноваций достигнуть максимальной их эффективности. При этом расширяются рынок сбыта и сфера использования инноваций.

Виды инноваций по уровню воздействия на процесс производства:

- расширяющие;
- заменяющие;
- улучшающие.

**Расширяющие** инновации направлены на использование принципов и методов базовых инноваций в других экономических областях;

**Замещающие** инновации предназначены для производства операций другим, более эффективным способом;

**Улучшающие** инновации служат для повышения качества выполняемых работ.

По уровню воздействия на факторы производства инновации можно подразделить на **комплексные** и **локальные**. Комплексные инновации, как правило, требуют существенных изменений в оборудовании, технологии, квалификации работников и т.д.

Виды инноваций по области применения:

- технологические;
- организационно-управленческие;
- экономические;
- маркетинговые;
- социальные;
- экологические;

- **2. Технологически новый продукт** (радикальная продуктовая инновация) — это продукт, технологические характеристики которого (функциональные признаки, конструктивное выполнение, дополнительные операции, а также состав используемых материалов и компонентов) или предполагаемое использование принципиально новые либо существенно отличаются от аналогичных характеристик и использования ранее производимых продуктов. Такие инновации могут быть основаны на принципиально новых технологиях или на сочетании существующих технологий в новом их применении (в том числе на использовании результатов исследований и разработок). Пример инноваций радикального типа (принципиально новых) — микропроцессоры и кассетные видеоманитофоны. Первый портативный кассетный плеер, сочетавший в себе существенные принципы построения магнитофонов и миниатюрных ушных громкоговорителей, являлся инновацией второго типа. В обоих случаях ни одно готовое изделие ранее не выпускалось.

- **Технологически усовершенствованный продукт** - это существующий продукт, качественные или стоимостные характеристики которого были заметно улучшены за счет использования более эффективных компонентов и материалов, частичного изменения одной или ряда технических подсистем (для комплексной продукции).

**Процессные инновации** включают разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы

передачи продуктов. Инновации такого рода основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса или их совокупности, а также на использовании результатов исследований и разработок. Такие инновации нацелены, как правило, на повышение эффективности производства или передачи уже существующей на предприятии продукции, но иногда предназначаются и для производства и поставки технологически новых или усовершенствованных продуктов, которые не могут быть произведены либо поставлены с использованием обычных производственных методов.

В сфере услуг услуга считается технологической инновацией, если ее характеристики или способы использования либо принципиально новые, либо значительно (качественно) усовершенствованы в технологическом отношении. Использование существенно усовершенствованных методов производства или передачи услуг также является технологической инновацией. Последнее охватывает изменения в оборудовании или организации производства, связанные с производством или передачей новых или кардинально усовершенствованных услуг, которые не могут быть произведены или переданы с использованием существующих производственных методов, или с повышением эффективности производства или передачи имеющихся услуг. Следующие изменения не являются технологическими инновациями, если они не относятся прямо к внедрению новых или значительно улучшенных услуг либо способов их производства (передачи):

- организационные и управленческие изменения, включая переход на передовые методы управления, внедрение существенно измененных организационных структур, реализацию новых или значительно измененных направлений в экономической стратегии предприятия;
- внедрение стандартов качества, например ISO 9000.  
Кроме того, **по месту в системе** (на предприятии, в фирме) можно выделить:
- инновации на входе предприятия (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.);
- инновации на выходе предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.);
- инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной, технологической).  
В зависимости от **глубины вносимых изменений** выделяют инновации:
- радикальные (базовые);
- улучшающие;

## **1. 2 Лекция №2 (2 часа). Государственное регулирование инновационного развития**

### **1.2.1 Вопросы лекции:**

#### **1. Три основных схемы государственной поддержки**

#### **1.2.2 Краткое содержание вопросов:**

1. В связи с тем что создание и внедрение нововведений требуют объединенных усилий различных экономических и социальных сфер, инновационный путь развития невозможен без осуществления государственной поддержки. Для этого используются три схемы.

1. Прямое участие государства в реализации специальных целевых программ и ассигнованиях региональных, местных органов власти; создание крупных национальных центров (лабораторий), находящихся на бюджетном финансировании и бесплатно предоставляющих полученные знания широкому кругу потенциальных пользователей.

2. Предоставление субсидий и грантов для осуществления конкретных проектов в области

науки,

культуры,

образования.

Грант является поддержкой или стимулированием государством научных исследований и разработок финансами, собственностью или услугами. Особенно часто грант используется в том случае, если результаты работ неопределенны или не могут в ближайшем будущем принести полезного результата.

Для приобретения результатов исследований и разработок, которые могут принести государству непосредственную выгоду, заключается государственный контракт. Он дает право представителю государства контролировать и корректировать ход выполнения разработок.

### **1.3 Лекция №3 (2 часа). Национальная инновационная система**

#### **1.3.1 Вопросы лекции:**

**1. Концепция национальных инновационных систем (НИС)**

**2. Исследовательская и предпринимательская среда**

#### **1.3.2 Краткое содержание вопросов:**

**1.** Многие страны используют инновационную активность как главный фактор экономического роста. Наука является стратегическим ресурсом и инструментом инноваций. Она становится органичным элементом происходящих в государстве, экономических отраслях, крупных корпорациях и мелких компаниях экономических процессов.

В наиболее простой модели взаимодействия элементов НИС роль государства состоит в содействии производству фундаментальных знаний и комплексу технологий стратегического характера, а также в создании инфраструктуры и благоприятного институционального климата для инновационной деятельности частных компаний.

Роль частного сектора заключается не только в использовании фундаментальных знаний и создании технологий на основе собственных исследований и разработок, но и в рыночном освоении инноваций, их коммерциализации.

**2.** В НИС сочетаются исследовательская среда, предпринимательская среда и механизм их полномасштабного взаимодействия.

Исследовательская среда обладает высокой квалификацией, творческим духом, стимулами к сотрудничеству с предпринимательской средой.

Предпринимательская среда стимулирует инновации, стратегическое мышление, стремление к обучению, адсорбции и применению знаний.

Механизм взаимодействия исследовательской и предпринимательской сред обеспечивает, с одной стороны, передачу знаний, их распределение и трансформацию в технологии, а с другой стороны, ориентацию на удовлетворение возникающих инновационных потребностей развития производства.

### **1. 4 Лекция №4 (2 часа). Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности**

#### **1.4.1 Вопросы лекции:**

**1. Законодательства об интеллектуальной собственности**

**2. Гражданский кодекс РФ**

#### **1.4.2 Краткое содержание вопросов:**

1. В настоящее время не существует какого-либо единого нормативного акта, регулирующего отношения, возникающие при осуществлении инновационной деятельности. Действующие нормативные акты определяют отдельные правовые аспекты этого процесса. Совокупность правовых источников, затрагивающих данную сферу предпринимательства, может быть представлена в виде следующей системы.

Законодательство об интеллектуальной собственности. В его состав входят законы, регламентирующие порядок оформления прав и правовой режим отдельных объектов интеллектуальной собственности — изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, нетрадиционных объектов, средств индивидуализации, объектов авторского права. Также здесь следует назвать нормативные акты патентного ведомства, регламентирующие порядок регистрации отдельных объектов и некоторые другие вопросы.

Более подробно данный материал освещен в разделе настоящего учебника об интеллектуальной собственности субъектов предпринимательства, Нормы законодательства об интеллектуальной собственности регламентируют не только собственно правовой режим объектов и порядок оформления прав на них, но и затрагивают отдельные договорные формы взаимоотношений между субъектами инновационной деятельности, которые не предусмотрены Гражданским кодексом, например лицензионные договоры, договоры о вознаграждении автору изобретения, договоры об уступке промышленных прав.

2. Гражданский кодекс РФ. Особое значение в рассматриваемой сфере имеют нормы Кодекса, касающиеся отдельных видов договоров — главным образом, договоров на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, договоров о возмездном оказании услуг, о совместной деятельности.

Вместе с тем в России уже давно назрела необходимость в принятии комплексного законодательного акта об инновационной деятельности и инновациях, который содержал бы не набор положений декларативного характера, а воплощал в себе целостную систему норм права, органично встраивающих инновационные отношения в правовое поле современного предпринимательского законодательства.

## **1. 5 Лекция №5 (5 часа). Инновационные процессы в торговле**

### **1.5.1 Вопросы лекции:**

#### **1. Классификация видов инноваций субъектов торговой деятельности**

#### **1.5.2 Краткое содержание вопросов:**

##### **1.Классификация видов инноваций субъектов торговой деятельности следующая**

в зависимости от вида деятельности предприятия: инновации в торговле и инновации в розничной торговле;

зависимости от технологии применения: продуктовые инновации и процессные инновации;

зависимости от источников финансирования: инновации за счет прямых источников и инновации за счет косвенных источников;

зависимости от типа новизны: инновации для отрасли и инновации для отдельного субъекта торговой деятельности.

Хочется отметить, что многие предприятия пользуются услугой Интернет магазин бесплатно и выходят на новые рынки, а так же привлекают новых клиентов.

Рассматривая инновации в торговой сфере ученые и специалисты-практики преимущественным образом сосредоточены на специфических чертах инноваций в зависимости от вида торговли – розничная и оптовая. Согласно этому исследуются предпосылки и последствия внедрения в практическую деятельность субъектов торговой деятельности ряда нововведений, существенным образом повлияли на вектор развития торгового бизнеса. В розничной торговле – это штриховое кодирование товаров, кредитные карты, новые типы торговых объектов, новые формы и методы осуществления

торговли и др.

## **1. 6 Лекция №6 (2 часа). Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности**

### **1.6.1 Вопросы лекции:**

**1. Понятие предпринимательство.**

**2. Субъекты предпринимательского процесса**

### **1.6.3. Краткое содержание вопросов:**

1. Предпринимательство - это проявление предприимчивости в коммерческой или административной области независимо от сферы бизнеса. Оказалось, что в некоторых людях природой заложены такие задатки, которые делают их предприимчивее других. Кроме того, в определенные периоды жизни люди ведут себя более активно, чем это обычно им свойственно. Причем предприимчивость часто проявляют люди консервативного склада, противостоящие переменам.

Французский экономист Ж.Б.Сей (1767-1832) считал, что предпринимательская деятельность представляет собой соединение факторов производства, творческих и управленческих способностей, направленных на извлечение прибыли из посредничества.

Предпринимательство включает организационные действия, инициирование изменений и получение денежных доходов как цель и критерий успеха.

В соответствии с производственными процессами различают следующие основные виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое и консалтинговое.

Производственное предпринимательство является самым сложным видом бизнеса, оно включает материальное производство, деятельность по оказанию услуг, информационному обеспечению, созданию духовных ценностей.

В коммерческом предпринимательстве бизнесмен осуществляет торговые операции, оказывает торгово-посреднические услуги, выступает в роли брокера, маклера, торгового агента.

Финансовое предпринимательство связано с проведением различного рода коммерческих операций на финансовых рынках и деятельностью в области страхования и аудита.

Консалтинговое предпринимательство развивается в сфере услуг и заключается в инициативной деятельности по управленческому консультированию.

2. В.М.Аньшин и В. А. Колоколов считают, что любой предпринимательский процесс реализуется шестью субъектами: предпринимателем, собственником, менеджером, генератором идей, исполнителем, потребителем. Они выделяют в предпринимательской деятельности шесть обобщенных взаимосвязанных функций:

- выявление потребностей и обоснование способов их удовлетворения посредством поиска новой предпринимательской идеи и создание структуры для ее реализации; генерацию идей и создание новаций; предоставление ресурсов;
- управление организованными предпринимательскими структурами;
- выполнение конкретных работ по реализации предпринимательского замысла;
- принятие (полное или частичное) или непринятие по разным причинам нового блага, созданного в процессе предпринимательской деятельности.

Иногда эти функции совмещаются. Примером совмещения первых двух функций в одном

лице могут служить Г. Форд, Т. Эдисон, Г. Маркони, которые создавали предпринимательские структуры для реализации собственных технических идей.

Таким образом, предпринимательство можно определить как инициативную деятельность, осуществляемую на свой риск и под свою имущественную ответственность, направленную на систематическое получение доходов или прибыли.

## **1. 7 Лекция №7 (2 часа). Развитие российского предпринимательства**

### **1.7.1 Вопросы лекции:**

#### **1. Этапы предпринимательства**

#### **2. Периоды предпринимательской деятельности**

### **1.7.2 Краткое содержание вопросов:**

**1.** В истории российского предпринимательства существует несколько этапов:

I этап начинается с Киевской Руси и длится до 1917 года. Предпринимательство зародилось в Киевской Руси в торговой форме и в виде промыслов. Первые предприниматели России – это мелкие торговцы и купцы.

Наибольшее развитие предпринимательство получает в годы правления Петра I (1689-1725) и после принятия реформы 1861. Началось строительство железных дорог, реорганизуется тяжелая промышленность, оживляется акционерная деятельность. Развитию и переустройству промышленности способствует иностранный капитал.

90-е годы 19 века в России окончательно складывается индустриальная база предпринимательства.

В начале 20 века предпринимательство становится массовым явлением в России, предприниматель формируется как собственник, формируется рынок рабочей силы, развивается акционерно-паевая форма предпринимательства, открываются частные акционерные банки.

Однако революция 1917 года перечеркнула плоды труда предпринимателей многих поколений. После октября 1917 года был взят курс на ликвидацию рыночных связей. Национализированы все крупные предприятия, экспропрированы средствапроизводства и имущество частных предприятий.

Некоторое оживление в предпринимательскую деятельность внесли годы новой экономической политики (1921 – 1926). Таким образом, в 1921 году начался

II этап развития предпринимательства. НЭП не означал полного поворота к рыночной экономике. Это была политика некоторой либерализации экономической жизни.

В конце 20-х годов власти полностью отказались от рыночных отношений и перешли к тотальным командно-административным методам воздействия на экономику. Здесь многовековая история русского предпринимательства обрывается на долгих 60 лет до начала перестройки в середине 1980-х.

III современный этап российского предпринимательства начинается во второй половине 80-х годов. На этом этапе различают несколько периодов.

Первый период (1986 – 1989) - это период становления современного российского предпринимательства.

И заключительный период третьего этапа истории российского предпринимательства начинается в 1992 и длится по настоящее время. Это период полной реабилитации частной собственности и массовой приватизации государственных предприятий.

## **1. 8 Лекция №8 (2 часа). Динамическое моделирование бизнеса**

### **1.8.1. Вопросы лекции:**

#### **1. Этапы динамического моделирования**

## 2. Потребители, поставщики и конкуренты

### 1.8.2. Краткое содержание вопросов

1. Первый этап динамического моделирования. Он включает анализ существующего и возможного в будущем позиционирования компании на рынке; анализ заинтересованных лиц (сил), препятствующих или способствующих переходу компании к позиции, которую предполагается занимать в будущем; анализ бизнес-процессов. продуктов-заменителей), которые, в свою очередь, зависят от сегмента рынка, уникальности продукции и др.

Анализируемыми ресурсами компании являются знания, репутация, капитальные (недвижимость), финансовые и управленческие активы. В настоящее время наиболее важным фактором производства становится знание, если оно используется с выгодой. Знание (особенно высоких технологий) часто рассматривается как специфический компонент ресурсов предприятия, который при обычных условиях не может быть передан иной структуре.

При оценке предпринимателями, готовыми идти на повышенный риск, новых видов бизнеса часто основным параметром является качество менеджмента. Именно качество управления, лучшим индикатором оценки которого является предыдущий опыт, определяет, будут ли предоставлены финансовые ресурсы для обеспечения инновационного процесса.

Важным активом компании являются ее репутация, известность и авторитетность бренда. Когда компании оценивают свои инновационные возможности, они должны принимать во внимание и анализировать все факторы, влияющие на результат. Анализ заинтересованных лиц. Действующие субъекты (лица и группы лиц, организации), на которых влияет или может повлиять инновация, являются заинтересованными лицами. Они имеют определенный интерес к результатам процессов, происходящих в ходе разработки новых форм бизнеса. Это потребители, поставщики, конкуренты, партнеры, институциональные лица, акционеры. Их подразделяют на внутренних и внешних заинтересованных лиц.

Вовлечение как внешних, так и внутренних заинтересованных лиц в процесс развития новых видов бизнеса в значительной степени повышает вероятность конечного успеха. Однако и здесь есть разумные пределы. Вовлечение большого числа заинтересованных лиц приводит к значительному усложнению процесса, которым необходимо управлять. Поэтому должен быть определен оптимальный баланс между степенью вовлечения заинтересованных лиц и сложностью инновационного процесса.

В этом процессе заинтересованные лица могут играть как стимулирующие, так и тормозящие роли. Препятствовать переменам могут правительство, заинтересованные объединения (потребительские организации, профсоюзы, экологи и др.), средства массовой информации. Замедлять скорость перемен могут и конкуренты. Тормозящую роль играют инерционные силы в самой компании - ретрограды, консерваторы, придерживающиеся прежних ценностей и норм, знаний, навыков и умений. Плохо поддаются изменениям сами системы управления.

Внешние заинтересованные лица. К ним относятся потребители, поставщики, конкуренты, институциональные заинтересованные лица.

**2. Потребители.** При разработке нового продукта или услуги необходимо детально исследовать состав потребителей. Если физические качества продукта протестировать достаточно легко, то оценить его эмоциональную ценность значительно труднее. Здесь свою роль играют как традиции, так и мода.

**Поставщики.** Их роли в инновационном процессе меняются в зависимости от отрасли экономики. Поставщики обеспечивают компании финансовыми ресурсами, поступающими от акционеров, банков, правительства (субсидии, гранты и т.п.), исходными материалами и компонентами, средствами производства, знаниями и идеями, поступающими из институтов, от потребителей и консультантов, персоналом.

**Конкуренты.** Они могут быть заинтересованы в разработке новых видов бизнеса в целом, но и могут помешать соперникам достигнуть успеха в ходе инноваций. В ситуациях роста рынка более выгодным являются совместные инновации, поскольку развитие рынка для одной компании может оказаться невозможным. Во многих случаях выгодно партнерство с конкурентами, особенно если рынок подвергается атаке продуктов-заменителей.

Для партнеров компания должна быть предсказуемой и вызывать доверие, тогда они проявят готовность вкладывать средства и знания, чтобы окупить общие затраты.

**Институциональные заинтересованные лица.** Ими являются органы власти и контролирующие органы инфраструктуры, особенно в регулируемых отраслях. Чем более строгими становятся экологические нормы в ряде отраслей (химическая, сталелитейная и автомобильная), тем в большей степени они стимулируют инновации.

Внутренние заинтересованные лица - это владельцы, акционеры, сотрудники компании.

Акционеры. Они влияют на ее акционерную стоимость. Акционерная стоимость обеспечивается двумя способами: через дивиденды и через увеличение цены акций.

## **1. 9 Лекция №9 (2 часа) Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы.**

### **1.9.1 Вопросы лекции:**

#### **1. Понятие информационных технологий**

#### **2. Участники телекоммуникационных систем**

### **1.9.2. Краткие ответы на вопросы**

1. Информационные технологии - это только одна из ветвей происходящих ныне научно-технических революций, которые могут обеспечить намного более мощную "длинную волну", нежели их предшественники. Неизбежно пересечение телекоммуникационных и информационных проблем и средств их решения. В наибольшей степени это относится к Интернету как наиболее масштабному информационно-телекоммуникационному средству.

2. В современном мире участниками телекоммуникационных систем являются: 1) операторы связи, которые фактически обеспечивают инфраструктурные возможности с полным набором универсальных услуг; суверенитет над национальным сегментом Интернета принадлежит той стране, на территории которой он размещается; 2) поставщики услуг доступа к Интернету, глобальным распределительным системам; это провайдеры - владельцы определенной части передающих технологий и распределяющие их среди потребителей и поставщиков информации; 3) поставщики информации - владельцы информационно-торговых порталов, серверов; 4) пользователи.

Современные телекоммуникационные системы и компьютеры сокращают время и затраты на связь, границы государств не влияют на их применение, они способствуют ускорению распространения знаний в мировом масштабе.

По одному каналу может работать большое количество абонентов, пользователь же платит только за переданные данные. Одним из самых важных применений GPRS станет так называемый технологический мониторинг. Встроенные во всевозможные коммунальные счетчики, банкоматы, автомобильные сигнализации, автоматы розничной торговли и прочие устройства GPRS-терминалы будут не только мгновенно собирать телеметрическую информацию, но и генерировать сотовым операторам огромный трафик.

## **1. 10 Лекция №10 (2 часа) Интеллектуальная собственность в инновационных процессах**

### **1.10.1 Вопросы лекции:**

#### **1. Права и задачи интеллектуальной собственности**

#### **2. Затраты в инновационных процессах**

### **1.10.2 Краткое содержание вопросов**

1. Обладатель интеллектуальной собственности обладает исключительным правом, которое позволяет ему пользоваться данными интеллектуальными ресурсами по его желанию всеми способами, не противоречащим ГК РФ. Очевидно, что интеллектуальный капитал является коммерчески ценным ресурсом. Следовательно, задачей компании-новатора является выявить потенциал интеллектуального капитала на наиболее раннем этапе инновационного процесса с целью защиты перспективно важной информации.

Товар, представляющий собой интеллектуальный продукт, несомненно, предполагает специфического подхода при работе

Также она проявляется в маркетинговой деятельности, а именно существует необходимость создания правовой защиты интеллектуального продукта, ограждающей его разработчика от недобросовестной конкуренции незаконного копирования собственности; наличие правовой защиты в виде патента, лицензии, следует также отметить необходимость создания монопольного положения на рынке в течение длительного времени.

**.2.** По моему мнению, затраты на разработку инновационного продукта столь высоки по сравнению с производством товаром, уже существующим на рынке, что обеспечение гарантированной защиты для интеллектуальной собственности просто необходимо. Более того, с помощью этих действий можно добиться определенных преимуществ, а именно: сохранение за собой нового направления в развитии науки, техники и производства, выигрыш в конкурентной борьбе, а также капитализации предприятия, улучшение его репутации. В дополнение к этому, защита интеллектуальной собственности - это и удачная рекламная акция, увлечение за собой более мелких предприятий в нужном направлении развития, введение в заблуждение конкурентов относительно приоритетных направлений своего дальнейшего развития. Успешное сотрудничество с другими предприятиями, защита от рейдерства и признание заслуг со стороны общества - это дополнительные преимущества, приобретаемые компанией. Таким образом, подводя итог рассмотренной теме, следует еще раз отметить большую роль технологий и нововведений, которые при грамотно обеспеченной защите будут способствовать появлению значимых конкурентных преимуществ. В свою очередь, укрепленные сильные стороны компании будут гарантировать значительный успех на рынке и выполнение намеченных целей. В завершение добавлю, что действия по организации защиты интеллектуальной собственности должны быть осуществлены как можно раньше, субъекты инновационного процесса должны уделять много внимания данному этапу, т.к. он влияет на дальнейшую коммерческую ценность разрабатываемого продукта.

## **1. 11 Лекция. №11 (2 часа). Организация инновационной деятельности**

### **1.11.1 Вопросы лекции**

#### **1. Аспекты инноваций**

#### **2. Субъекты инновационной деятельности**

### **1.11.2 Краткое содержание вопросов**

1. Включает три принципиальных аспекта: субъект инновационной деятельности, являющийся объединением людей, совместно реализующих разработку, внедрение и производство новшеств; совокупность процессов и действий организации, направленных на выполнение необходимых функций в инновационной деятельности; структуры, обеспечивающие внутреннюю упорядоченность системы и совершенствование взаимосвязей между ее элементами и подсистемами. С этой точки зрения организацию инноваций следует понимать как процесс упорядочения инновационной деятельности, как субъект, фирму, институт, инновационное предприятие, как организационные структуры, определяющие состав и место подразделений, а также регламентирующие процедуры форм, методов, процессов, которые осуществляются в инновационной деятельности. Организация с позиций фирмы может рассматриваться как объединение людей или их договоренность о выполнении работ по реализации инноваций

2. В течение времени является появление специального инновационного бизнеса, тесно связанного со "своей" стадией жизненного цикла. Так, инновационные предприятия и организации могут специализироваться на фундаментальных исследованиях (академический и вузовский сектор), на НИР (прикладных научных исследованиях и

разработках), это могут быть научные инновационные предприятия, высшие учебные заведения, субъекты малого предпринимательства, научно-технические комплексы и объединения. Со стадией внедрения и создания опытных образцов связаны как предпринимательские структуры, так и фирмы, институты и корпорации, имеющие развитую базу НИОКР. На базе прикладных НИОКР и ОКР инноваторы-последователи создают базовые технологические, научно-технические и продуктовые новшества. Внедрением и производством научно-технических и продуктовых новшеств занимаются, как правило, крупные фирмы, имеющие хорошую ресурсную базу, квалифицированные кадры и определенные позиции на рынках. В Западной Европе накоплен большой опыт инновационного развития, хотя исследователи непосредственно не связывают размер фирмы с числом изобретений. Но во Франции и Великобритании распространено мнение, что на стадии научных разработок главную роль играют академический и вузовский секторы и малые фирмы. На этапе опытного производства, маркетинга и сбыта выступает разномасштабный бизнес, в то время как производство и диффузия новшеств осуществляются на крупных и средних предприятиях и в промышленных компаниях.

## **1.12 Лекция №12 (2 часа) Анализ инновационной деятельности розничных торговых предприятий**

### **1.12.1 Вопросы лекции**

#### **1 Патентная защита в интеллектуальной собственности**

#### **2 Охрана интеллектуальной собственности**

### **1.12.2 Краткое содержание вопросов**

1. Европейский Союз, озабоченный тем, что большинство европейских патентов принадлежит американским и японским фирмам, одобрил Положение о патенте Сообщества, что позволило сделать затраты на получение патента в Европе сопоставимыми с существующими в США и Японии, тем самым усиливая инновационный потенциал и повышая конкурентоспособность европейских компаний.

С ростом коммерческого использования Интернета резко возросло число дел, связанных с нарушением авторских прав. В Европейском Союзе организована Распределительная патентная служба Интернета (DIPS), ориентированная прежде всего

Кроме патента и лицензии в большинстве стран формами защиты интеллектуальной собственности являются:

- фирменное наименование - после регистрации является бессрочным и прекращается только в случае ликвидации фирмы, не подлежит продаже. Согласно статье 54 Гражданского кодекса РФ "юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования".

Кроме охраны и защиты промышленной собственности законодательно регулируются отношения, возникающие в связи с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусства (авторское право), фонограмм исполнений, постановок, передач организаций эфирного или кабельного вещания (смежные права)

2. Охрана интеллектуальной собственности является ключевым моментом инновационной деятельности. Само состояние патентной системы может стимулировать или сдерживать инновационную деятельность компаний. Ввиду особой нематериальной природы объектов интеллектуальной собственности отсутствие или лишение патентных прав означает утрату самой собственности. Патентная система в настоящее время охватывает все стадии разработки нового продукта, идущие вслед за фундаментальными

исследованиями, включая маркетинг. Поэтому ее охрана, а также пресечение недобросовестной конкуренции входят в число стратегических целей как компаний, так и государства.

## **1. 13 Лекция №13 (2 часа) Инновационный торговый проект**

### **1.13.1 Вопросы лекции**

#### **1. Цель инновационного проекта**

#### **2. Особенности инновационного проекта**

### **1.13.2 Краткое содержание вопросов**

1. Инновационный проект — проект, содержащий технико-экономическое, правовое и организационное обоснование конечной инновационной деятельности.

Цель инновационного проекта — создание новых или изменение существующих систем — технической, технологической, информационной, социальной, экономической, организационной и достижение в результате снижения затрат ресурсов (производственных, финансовых, человеческих) коренного улучшения качества продукции, услуги и высокого коммерческого эффекта.

Управлением инновационными проектами занимается инновационный менеджмент.

#### **2. Особенности инновационного проекта**

1. Каждый инновационный проект должен пройти цикл «наука-производство-потребление». Идея инновационного проекта должна иметь основу в форме научных и маркетинговых исследований, как и производство, должно подстраиваться под потребителя и опираться на научные разработки.

2. Сложность прогнозирования результатов и как итог — повышенные риски. Появление нового всегда связано с высоким риском непринятия обществом. Консерватизм в этом плане присущ не только большей части общества, но и большинству российских объектов производства, не способных воспринять инновации даже технически. Вероятность получения положительных результатов в зависимости от вида и характера инновационных исследований колеблется от 5 до 95 %.

3. Разработка и внедрение инновационного проекта — творческая и уникальная задача. Поэтому многое зависит от энтузиазма и личной заинтересованности исполнителей. Анализ причин неудач инновационных проектов на западе показал, что частой причиной этих неудач является управление проектом обычными наемными менеджерами, имевших единственную мотивацию в виде денег.

4. Организация работы участников проекта. Наличие свободной воли и высокой мотивации участников проекта делает привычную организацию труда и создание трудовой дисциплины нецелесообразной. Поэтому необходим адекватный подход к выбору руководителями стиля управления.

5. Отсутствие привычных стандартов инновационного проекта. Даже самая четкая концепция проекта может претерпеть серьезные изменения в процессе разработки.

## **2.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

### **Лабораторная работа №1 (2 часа). Организация инновационной деятельности**

**2.1.1 Цель работы:** освоить на практике применение информационных инноваций

#### **2.1.2 Задачи работы:**

1. создание презентации на тему: «Инновации в торговле 2016»

#### **2.1.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Microsoft Office Standard (Word, Excel, PowerPoint)
2. Microsoft Access

3. Kaspersky 6.0
4. Google Chrome
5. 7-zip

#### **2.3.4 Описание (ход) работы:**

В деловой жизни часто приходится сталкиваться с ситуацией, когда необходимо заинтересовать людей своими достижениями, привлечь внимание к деятельности фирмы, рассказать в доступной форме о товаре, сделать доклад на конференции, для защиты дипломной работы и др. В подобных случаях неоценимую помощь может оказать программа подготовки презентаций Power Point. Главное – придумать сценарий презентации, построенный на использовании картинок, анимации, броского запоминающегося текста. Презентация – это связанные между собой слайды. Слайды, создаваемые для электронной презентации, могут содержать текст, диаграммы, рисованные объекты и фигуры, а также картинки, слайд-фильмы, звуки и графику.

### **Лабораторная работа №2 (1 час). Анализ инновационной деятельности розничных торговых предприятий**

**2.1.1 Цель работы:** освоить на практике применение информационных инноваций

#### **2.1.2 Задачи работы:**

1. создание презентации на тему: «Инновации в торговле 2016»

#### **2.1.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Microsoft Office Standard (Word, Excel, PowerPoint)
2. Microsoft Access
3. Kaspersky 6.0
4. Google Chrome
5. 7-zip

#### **2.3.4 Описание (ход) работы:**

В деловой жизни часто приходится сталкиваться с ситуацией, когда необходимо заинтересовать людей своими достижениями, привлечь внимание к деятельности фирмы, рассказать в доступной форме о товаре, сделать доклад на конференции, для защиты дипломной работы и др. В подобных случаях неоценимую помощь может оказать программа подготовки презентаций Power Point. Главное – придумать сценарий презентации, построенный на использовании картинок, анимации, броского запоминающегося текста. Презентация – это связанные между собой слайды. Слайды, создаваемые для электронной презентации, могут содержать текст, диаграммы, рисованные объекты и фигуры, а также картинки, слайд-фильмы, звуки и графику.

### **Лабораторная работа №3 (1 час). Инновационный торговый проект**

**2.1.1 Цель работы:** освоить на практике применение информационных инноваций

#### **2.1.2 Задачи работы:**

1. создание презентации на тему: «Инновации в торговле 2016»

#### **2.1.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Microsoft Office Standard (Word, Excel, PowerPoint)
2. Microsoft Access
3. Kaspersky 6.0
4. Google Chrome
5. 7-zip

#### **2.3.4 Описание (ход) работы:**

В деловой жизни часто приходится сталкиваться с ситуацией, когда необходимо заинтересовать людей своими достижениями, привлечь внимание к деятельности фирмы, рассказать в доступной форме о товаре, сделать доклад на конференции, для защиты дипломной работы и др. В подобных случаях неоценимую помощь может оказать программа подготовки презентаций Power Point. Главное – придумать сценарий презентации, построенный на использовании картинок, анимации, броского запоминающегося текста. Презентация – это связанные между собой слайды. Слайды, создаваемые для электронной презентации, могут содержать текст, диаграммы, рисованные объекты и фигуры, а также картинки, слайд-фильмы, звуки и графику.

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Не предусмотрено

### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

#### **4.1 Семинарское занятие №1 (4 часа). Инновации - основные понятия, виды инноваций**

##### **4.1.1 Вопросы к занятию:**

**1. Понятие технологического характера**

**2. Понятие стратегических и продуктивных инноваций**

##### **4.1.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённому кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.2 Семинарское занятие №2 (4 часа). Государственное регулирование инновационного развития**

##### **4.2.1 Вопросы к занятию:**

**1. Дать полную характеристику третьей схеме инновационного развития**

**2. Опишите условия при государственной субсидии**

##### **4.2.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные

задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругам проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

### **4.3 Семинарское занятие №3 (4 часа). Национальная инновационная система**

#### **4.3.1 Вопросы к занятию:**

##### **1. Концепция НИС**

#### **4.3.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругам проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

### **4.4 Семинарское занятие №4 (4 часа). Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности**

#### **4.4.1 Вопросы к занятию:**

##### **1. Нормативные акты и Федеральные законы**

##### **2. Инновационное законодательство, как комплексная отрасль**

#### **4.4.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике

семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.5 Семинарское занятие №5 (4 часа). Инновационные процессы в торговле**

##### **4.5.1 Вопросы к занятию:**

###### **1.Инновации в торговле**

##### **4.5.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.6 Семинарское занятие №6 (4 часа). Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности**

##### **4.6.1 Вопросы к занятию:**

###### **1.Проблемы сущности и роли предпринимательства**

###### **2 Экономист и банкир Ричард Кантильон (1680-1734).**

##### **4.6.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.7 Семинарское занятие №7 (4 часа). Развитие российского предпринимательства**

##### **4.7.1 Вопросы к занятию:**

##### **1.Периоды российского предпринимательства**

##### **2.Принятые законы о российском предпринимательстве**

##### **4.7.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.8 Семинарское занятие №8 (2 часа). Динамическое моделирование бизнеса**

##### **4.8.1 Вопросы к занятию:**

##### **1.Основные организационные активы**

##### **2.Успехи и неудачи новых видов бизнеса**

##### **4.8.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённым кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию,

которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.9 Семинарское занятие №9 (2 часа). Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы.**

##### **4.9.1 Вопросы к занятию:**

**1. В чем заключается ценность информационных технологий?**

**2. Свойства новых технологий**

##### **4.9.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённому кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

#### **4.10 Семинарское занятие №10 (2 часа). Интеллектуальная собственность в инновационных процессах**

##### **4.10.1 Вопросы к занятию:**

**1. Эффективные методы для инновационного процесса**

**2. Действия защиты интеллектуальной собственности**

##### **4.10.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя. Изначально необходимо изучить план семинара, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания. Затем следует спланировать самостоятельную работу по проходимой теме семинарского занятия, то есть проблематику данного семинара, источники информационной базы, список вопросов, по которым следует подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады. Следующий этап – это подготовка в библиотеке по рекомендованной литературе и ознакомление с ними по проблематике семинарского занятия, при этом тщательно проработать те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номер страницы в нём.

По определённому кругу проблем следует подобрать дополнительную литературу. Её поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.