

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.07 Организация инновационной деятельности предприятия (организации)

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность

Специализация Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Форма обучения заочная

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

1. 1 Лекция №1 (1 час).

Тема: «Методологические основы инноваций»

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Основные понятия, характеризующие инновационную деятельность
2. Классификация инноваций
3. Эволюция технологических укладов

1.1.2 Краткое содержание вопросов:

1. Основные понятия, характеризующие инновационную деятельность

Новшество – оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшества могут оформляться в виде: открытий; изобретений; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленийкий или производственный процесс; организационной, производственной или другой структуры; ноу-хау; понятий; научных подходов или принципов; документа (стандарта, рекомендаций, методики, инструкции и т.п.); результатов маркетинговых исследований и т.д. Для разработки новшества необходимо провести маркетинговые исследования, НИОКР, организационно-технологическую подготовку производства, производство и оформить результаты.

Главное – внедрить новшество, превратить новшество в форму инновации, т.е. завершить инновационную деятельность и получить положительный результат, затем продолжить диффузию инновации.

Инновация – конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Новшество → Инновация → Диффузия

Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе. Соответственно различаются два типа технологических инноваций: продуктовые и процессные.

Инновационная деятельность – деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежном рынках.

При осуществлении инновационной деятельности различаются ее объекты и субъекты. Объектами инновационной деятельности являются разработки техники и технологии предприятиями, находящимися независимо от организационно-правовой формы и формы собственности на территории страны.

Субъекты инновационной деятельности – юридические лица независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, физические лица РФ, иностранные организации и граждане, а также лица без гражданства, участвующие в инновационной деятельности. Права субъектов гарантируются Конституцией РФ. Среди субъектов могут быть и инноваторы. Инноватор - автор инновации.

2. Классификация инноваций

Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки их классификации.

1. Области применения инноваций - Управленческие, организационные, социальные, промышленные и т.д.
2. Степень интенсивности инноваций - «Бум», равномерная, слабая, массовая.

3. Темпы осуществления инноваций - Быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные
4. Масштабы инноваций - Трансконтинентальные, транснациональные, региональные, крупные, средние, мелкие
5. Результативность инноваций - Высокая, низкая, стабильная
6. Эффективность инноваций - Экономическая, социальная, экологическая, интегральная

Система инноваций и ее классификация

3 Эволюция технологических укладов

Ученые, изучающие проблемы социально-экономического развития стран, пришли к выводу, что, во-первых, развитие происходит волнообразно, в соответствии с теорией длинных волн Н. Кондратьева; во-вторых, уровень социально-экономического развития определяется воздействием множества факторов: технологических, социальных, политических и др.; в-третьих движущей силой развития страны является уровень технологического и информационного развития.

Первая волна (1785-1835 гг.) сформировала технологический уклад, основанный на новых технологиях в текстильной промышленности, использовании энергии воды.

Вторая волна (1830-1890 гг.) связана с развитием железнодорожного транспорта и механического производства во всех отраслях на основе парового двигателя.

Третья волна (1880-1940 гг.) базировалась на применении и в промышленном производстве электрической энергии, развитии тяжелого машиностроения и электротехнической промышленности на основе использования стального проката, новых открытий в области химии.

Четвертая волна (1930-1990 гг.) сформировала уклад, основанный на дальнейшем развитии электроэнергетики с использованием нефти и нефтепродуктов, газа, средств связи, новых синтетических материалов.

Пятая волна (1985-2035 гг.) опирается на достижения в области микроэлектроники, информатики, биотехнологии, генной инженерии, новых видов энергии, материалов, освоения космического пространства, спутниковой связи и т.п.

1.2 Лекция №2 (1 час).

Тема: «Управление затратами на инновационную деятельность»

1.5.1 Вопросы лекции:

1. Сущность и содержание затрат на инновационную деятельность
2. Планирование и учет затрат при освоении новых изделий. Метод Райта
3. Особенности формирования цен при разработке новой продукции
4. Особенности формирования цен при освоении новых изделий

1.5.2 Краткое содержание вопросов:

1. Сущность и содержание затрат на инновационную деятельность

Масштабы инновационной деятельности определяются размером затрат, которые предприятие расходует на инновации. В условиях ограниченности ресурсов приобретает особенную актуальность проблема создания качественной системы управления затратами предприятий на инновационную деятельность.

Затраты на инновационную деятельность – выраженные в денежной форме фактические расходы, связанные с осуществлением различных видов инновационной деятельности.

В зависимости от вида инновационной деятельности выделяют:

- 1) затраты на НИОКР, связанные с внедрением новых продуктов и технологических процессов;
- 2) затраты на приобретение неовеществленных технологий - лицензий на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей, прав на патенты,

бесплатных лицензий (в виде документации по ноу-хау, соглашений на передачу технологий, результатов научно-технических достижений), услуг технологического содержания;

3) затраты на производственное проектирование;

4) затраты на инструментальную подготовку, организацию и пуск производства, в том числе на программные средства, адаптированные к требованиям новых продуктов и технологических процессов, на подготовку и переподготовку персонала в связи с внедрением новых продуктов и технологических процессов (исключая прочие расходы на повышение квалификации персонала), на пробное производство и испытания (кроме относящихся к научным исследованиям и разработкам);

5) затраты на приобретение машин и оборудования, связанные с внедрением новых или усовершенствованных продуктов и технологических процессов;

6) затраты на маркетинговые исследования по выпуску новых продуктов на рынок, включая зондирование рынка, адаптацию продукта к различным рынкам, рекламу.

2. Планирование и учет затрат при освоении новых изделий. Метод Райта

Планирование затрат на инновационную деятельность тесно связано с финансовым планированием и планированием инновационных процессов.

Планирование затрат на инновационную деятельность – это часть планирования инновационных процессов, включающая планирование целей и задач инновационных решений, путей, средств, необходимых для достижения поставленных целей, методов и этапов их достижения.

При планировании инновационных затрат применяются следующие методы:

1. нормативный;
2. параметрический;
3. метод прямого счета (калькулирования);
4. метод аналогов;
5. НИР-мультиплексор;
6. метод определения затрат по удельным технико экономическим показателям;
7. метод Райта.

Метод Райта. Зависимость между условно-переменными затратами или трудоемкостью, и порядковым номером изделия при освоении производства новой продукции установлена американским ученым Т. Райтом.

Она имеет вид степенной функции и выражается формулой (1):

$$y = a \cdot x^{-b}, \quad (1)$$

где y – условно-переменные затраты на изготовление x – ого изделия с момента начала выпуска данного вида продукции,

a – условно-переменные затраты на единицу изделия с начала освоения,

x – порядковый номер изделия с начала выпуска,

b – коэффициент крутизны кривой освоения.

Коэффициент крутизны кривой освоения b характеризует темп относительного снижения экономических показателей и зависит от новизны и сложности конструкции и технологического процесса, от степени готовности предприятия к освоению изделия. Для каждого предприятия значения коэффициента следует рассчитывать отдельно, используя для этого данные освоения производства ранее выпускаемых изделий.

3. Особенности формирования цен при разработке новой продукции

Ценообразование является одной из центральных финансовых проблем при организации ускоренного освоения новых изделий. При разработке и производстве новой продукции целесообразно применять следующие подходы к ценообразованию.

Подход к ценообразованию, получивший название «снятие сливок» (skimprice), могут использовать, как правило, ведущие фирмы, когда на рынке отсутствует заметная конкуренция на предлагаемое к реализации изделие. Предпосылками для применения этого вида цен являются: применение в изделиях результатов крупномасштабных и дорогостоящих НИОКР;

защита нового изделия патентом; необходимость применения в конструкции и технологии труднодоступных материалов, комплектующих изделий, инструментов, оборудования; слишком большие объективно необходимые издержки освоения производства и реализации продукции, продвижения ее на рынке сбыта и т. п.

Цена внедрения нового продукта на рынок(penetrationpricing) - это, как правило, преднамеренно низкая цена, что является своего рода платой за возможность реализовать новое изделие.

Цена, основанная на возмещении издержек производства(cost-pluspricing), рассчитывается путем сложения плановых (фактических) издержек, административных расходов по реализации, а также суммы прибыли, определенной исходя из средней нормы, сложившейся на данном рынке.

Цена лидера (followpricing) предполагает строгую ориентацию на цены ведущей компании, устанавливаемые на аналогичные изделия.

Психологическая цена (psychologicalpricing) обычно устанавливается несколько ниже доминирующей на рынке цен на аналогичные товары и одновременно чуть ниже круглой суммы.

Престижная цена (prestigepricing) устанавливается на высококачественные престижные товары, обладающие особыми свойствами, которые производятся известными фирмами.

4. Особенности формирования цен при освоении новых изделий

Со временем производителю необходимо повышать темпы освоения, выводить производство на проектный уровень и стабилизировать свое место на рынке сбыта. В этот период целесообразно использовать другие подходы к ценообразованию, которые отвечают особенностям данного рынка, учитывают сложившуюся конъюнктуру, а также обеспечивают долговременную устойчивость финансового положения предприятия.

Скользящая падающая цена (slidedownpricing) обычно применяется для изделий массового спроса, адресованных большими группами потребителей и зависит от соотношения спроса и предложения.

Цена сегмента рынка (segmentpricing) определяется в зависимости от сегментации конкурентного рынка по потребителям.

Эластичная цена (flexiblepricing) используется на рынке, где возможны сильные колебания спроса и предложения в относительно короткие периоды времени.

Преимущественная цена (preemptivepricing) позволяет сохранять на протяжении длительного времени превосходство, достигнутое предприятием в начале освоения изделия, полученных за счет новизны функций и новых параметров.

Уровень пониженной цены (loss-leaderpricing) должен быть меньше, чем у большинства предприятий на рынке.

Договорная цена (bargainprice) основана на предоставлении покупателю определенных льгот, скидок с обычной розничной цены, если покупатель «помогает» производителю реализовать его продукцию.

Рассмотренные подходы к ценообразованию могут использоваться для установления цен как на новую, так и на традиционную продукцию в условиях рыночной экономики.

1.3 Лекция №3 (1 час).

Тема: «Планирование и прогнозирование инновационной деятельности»

1.7.1 Вопросы лекции:

1. Планирование инновационной деятельности
2. Прогнозирование инновационной деятельности
3. Инновационные игры: сущность и особенности применения

1.7.2 Краткое содержание вопросов:

1. Планирование инновационной деятельности

В процессе планирования осуществляется обоснованный выбор основных направлений инновационной деятельности; формирование программ исследований, разработок и производства инновационной продукции; установление календарных сроков проведения работ по проектам; расчет потребности в ресурсах и распределение их за исполнителями.

Планированию инноваций на предприятии присущ ряд принципов, устанавливающих общие правила проектирования и эффективного функционирования подсистемы планирования в системе инновационного менеджмента:

1. Единство научно-технических, экономических, социальных задач развития состоит в том, что осуществление инновационной деятельности направлено на достижение определенных экономических результатов;

2. Принцип научной обоснованности планирования состоит в необходимости учета законов и тенденций научно-технического и экономического развития;

3. Принцип доминирования стратегических альтернатив формируется, исходя из долгосрочного характера результатов, длительного цикла осуществления инноваций и их значимости для обеспечения конкурентоспособности инноваций;

4. Комплексность планирования проявляется в системной увязке разрабатываемых на предприятии планов и прогнозов;

5. Принцип гибкости планирования инноваций означает требование динамической реакции плановых показателей на возникающие отклонения в ходе планирования или в условиях функционирования внешнего и внутреннего окружения.

Методы планирования инноваций можно классифицировать по следующим основным группам:

- продуктovo-тематическое планирование инноваций;
- объемно-календарное планирование инноваций;
- производственное планирование инноваций.

2. Прогнозирование инновационной деятельности

Прогнозирование в инновационном менеджменте представляет собой комплексную вероятностную оценку содержания, направлений и объемов и объемов будущего развития науки и техники в той или иной области. Основная функция инновационного прогнозирования заключается в поиске наиболее эффективных путей развития исследуемых объектов на основе всестороннего ретроспективного анализа и изучения тенденций их изменения.

При определении оптимального периода инновационного прогнозирования должны учитываться характер конкретного объекта прогнозирования, также общие темпы НТП в данной области знаний. Чем уже тематически рамки разрабатываемого прогноза, тем меньше должен быть период прогнозирования. В новых, быстро развивающихся областях науки и техники период прогнозирования укорачиваются, а сами прогнозы обновляются чаще, чем традиционных областях.

В системе инновационного прогнозирования выделяют следующие методы:

- прогнозирование на основе экстраполяции;
- экспертные методы прогнозирования;
- методы моделирования.

3. Инновационные игры: сущность и особенности применения

Инновационная деловая игра представляет собой метод исследования и развития организации, специальный вид социальной технологии, включающий программы решения проблем, исследования и развития участников и всей организации в целом.

Инновационные игры нашли свое применение на практике для решения самых разнообразных вопросов:

- 1) оптимизация организационных и управленческих структур;
- 2) решение вопросов взаимодействия различных подструктур внутри организации;
- 3) разработка новых схем ведения бизнеса;
- 4) создание и вывод на рынок нового бренда;

- 5) создание новых структурных подразделений;
- 6) психологическое сопровождение реструктуризации;
- 7) оптимизация взаимодействия внутри дилерской сети;
- 8) аудит персонала и формирование управленческого резерва.

Инновационные деловые игры представляют собой особый тип игр, существенно отличающийся от традиционных деловых, имитационных («рутинных») игр. К числу особенностей инновационных деловых игр относятся:

- требуют обширной цифровой информации;
- ориентированы на рациональные действия участников;
- ориентированы на выработку навыков действий в нестандартных ситуациях;
- ориентированы на личностную, эмоциональную включенность участников;
- каждый участник знаком с решаемой проблемой;
- выработка решений основывается на использовании активных методов обучения, теории деятельности, системном анализе и т.п.

Инновационная игра позволяет посредством исследовательских процедур определять базовые социальные и другие условия для развития организации, посредством рабочего процесса (групповой работы) - вырабатывать наиболее перспективные стратегии этого развития и осуществлять начальные фазы реализации этих стратегий через развитие участников и самой этой деятельности.

Преимущества использования инновационных деловых игр состоят в следующем:

создание оптимальных условий для согласования различных интересов участвующих сторон;

получение результата за ограниченное время;

эффективная организация процесса группового анализа, что обеспечивает качественный общий результат и, вместе с тем, каждый участник имеет возможность познакомиться и овладеть новыми приемами работы;

коллективное пошаговое согласование позиций формирует у участников приверженность выработанным решениям, что обеспечивает реальное их выполнение за счет эмоционального отношения к ним;

формирует у участников игры навыки эффективной совместной работы и выработки групповых решений, что может быть использовано ими в последующей реальной деятельности на местах.

1.4 Лекция №4 (1 час).

Тема: «Стратегическое управление инновационной деятельностью»

1.9.1 Вопросы лекции:

1. Содержание стратегического управления инновационной деятельностью
2. Характеристика стратегий поведения предприятий на рынке
3. Виды стратегий инновационной деятельности
4. Опыт применения инновационных стратегий

1.9.2 Краткое содержание вопросов:

1. Содержание стратегического управления инновационной деятельностью

Стратегическое управление инновационной деятельностью является составной частью инновационного менеджмента и решает вопросы планирования и реализации инновационных проектов.

Стратегия в общем виде – это поиск наиболее результативных вариантов ввода в действие ресурсов в соответствии с главными целями предприятия и с учетом ситуации на рынке как в настоящий момент, так и в ожидаемом будущем.

Стратегические инновационные цели отражают генеральную линию развития предприятия в инновационной сфере. Они находят свое отражение в совокупности планируемых продуктово-рыночных комбинаций и показателях, характеризующих желаемое

развитие предприятия и необходимые для этого ресурсы. В то же время стратегические инновационные цели, как правило, не имеют количественной характеристики. Они формулируются в виде деклараций об инновационных намерениях, из которых формируется предпринимательская концепция и разрабатываются оперативные планы ее реализации.

Постановка и формулировка стратегических целей служат исходной базой для выбора и разработки обеспечивающих их достижение стратегий. Различают:

1. Базовые стратегии – модель поведения предприятия в той или иной конкретной рыночной ситуации;
2. Функциональные стратегии – комплексы мероприятий и программ для отдельных функциональных сфер и подразделений предприятия.

По характеру взаимодействия с внешней средой выделяют две группы стратегий:

- оборонительную;
- наступательную.

Оборонительная стратегия отражает в себе реакцию предприятия на действия конкурентов и косвенно на потребности и поведение потребителей. Наступательные стратегии требуют кредитных инвестиций и более применимы на предприятиях располагающих достаточно высоким инновационным и производственным потенциалами, квалифицированным составом менеджеров и финансовыми ресурсами.

Стратегическое управление инновационной деятельности определяется принятыми на предприятии принципами управления:

- управление на основе экстраполяции, при котором предполагается развитие на перспективу таких же тенденций, что и в прошлом периоде;
- управление на основе разработки принципиально новых стратегий, которое применяется в том случае, когда становится очевидными новые тенденции развития и требуется принятие новых принципов управления, стилей, форм и методов организации;
- управление на основе принятия оперативных решений, применяемых при возникновении непредвиденных обстоятельств и тенденций развития.

К основным методам стратегического управления инновационной деятельностью относятся:

1. Программно-целевой метод
2. Проблемно-ориентированный метод.
3. Сетевое планирование и управление.

2. Характеристика стратегий поведения предприятий на рынке

• Роль стратегии управления инновациями заключается в определении целей, сфер и путей эффективного внедрения новых изделий и производственных систем, совершенствования уже существующих изделий и оборудования, исходя из современных и прогнозируемых на перспективу требований интенсивного развития предприятия.

Ключевую роль в управлении инновациями играет выбор стратегии поведения предприятия на рынке. Оценка инновационного поведения предполагает определение внешних стратегических изменений, которые могут произойти у хозяйствующего субъекта в результате освоения инноваций.

Выделяют четыре основных стратегии, которых придерживаются предприятия: активно наступательная, умеренно наступательная, оборонительная, остаточная стратегии.

1. Активно наступательная стратегия означает постановку цели стать первым, ведущим предприятием с точки зрения инноваций на определенном участке деятельности (сегменте).

2. Умеренно наступательная стратегия обеспечивает позиции, как говорят американцы, «второго самого лучшего производителя», в некоторых случаях следующего непосредственно за ведущей фирмой. Обычно ее применяют мощные и крупные предприятия, опять же в некоторых видах деятельности, хотя круг их, как правило, более широкий, чем в случае активно наступательной стратегии.

3. Оборонительная стратегия ориентирована на сохранение позиций среднего предприятия. Предприятие, использующее оборонительную стратегию, обычно в значительной

степени экономит на исследованиях и разработках, в некоторых случаях - и на других расходах, связанных с завоеванием и удерживанием передовых позиций в инновационной деятельности. Оно пользуется возможностью перенимать опыт и достижения предприятий, ведущих в данной инновационной области. Таким образом, целенаправленно снижаются расходы на освоение продукции в производстве.

4. Сущность остаточной стратегии заключается в стремлении «прижиться на уже освоенном рынке» со средними или даже устаревшими в инновационном отношении изделиями. Обычно она применяется на том этапе, когда из конкуренции в данной области или на данном участке инновационной (или сбытовой) деятельности выходит ведущий производитель.

В хозяйственной практике могут существовать и использоваться различные модификации описанных стратегий. Каждое предприятие может применять параллельно различные стратегии для отдельных отраслей и видов производства или ассортиментных групп продукции.

3. Виды стратегий инновационной деятельности

Инновационная стратегия – формирование системы долгосрочных целей инновационной деятельности и выбор наиболее эффективных путей их достижения.

Существует девять видов инновационных стратегий:

Наступательная стратегия характеризуется постоянным выпуском новых образцов техники.

Защитная стратегия характерна для мелких компаний, поддерживающих норму прибыли за счет низких издержек производства.

Поглощающая стратегия, основанная на приобретении патентов и лицензировании, в отличие от предыдущих стратегий, требует равновесия маркетинговых и технических исследований.

Промежуточная стратегия требует, избегая конфронтации на рынке, находить еще не занятую нишу. Как и в предыдущей стратегии, здесь необходимы сильные специалисты в маркетинге и НИОКР. Промежуточная стратегия не может быть длительной.

Стратегия «создание рынка» - очень редкая стратегия, когда выпускается принципиально новая продукция, не замещающая ранее выпускавшуюся, а создающая новый рынок.

Разбойничья стратегия по Твиссу, - когда компания-аутсайдер, обладая новой технологией, выпускает товар, резко уменьшающий рынок данного изделия, что обеспечивает производителю преимущества на ранней стадии, а в долгосрочной перспективе обещает успех, если в дальнейшем пользоваться наступательной стратегией.

Стратегия привлечения специалистов является весьма эффективной стратегией. Привести примеры сложно, так как случаи сманивания ведущих специалистов или команд не афишируются.

Стратегия приобретения компаний. Очень широко распространенная стратегия в области выпуска фасовочно-упаковочного оборудования.

Кооперативная стратегия - это когда НИОКР фирмой ведется в той или иной кооперации с НИОКР других фирм. Кооперація может быть тесной или не очень, постоянной или временной.

4. Опыт применения инновационных стратегий

Посмотрим, как действуют на нашем рынке предприятия-производители упаковочной техники. Из зарубежных фирм наибольшую активность проявляет фирма «Tetra-Pak». Ей легче других зарубежных предприятий осуществлять повышенную активность, так как еще в бытность СССР она патентовала здесь практически все свои технические решения. Это позволило ей с началом перестройки проводить наступательную, а можно сказать, «агрессивную» деятельность. Ее деятельность выражается не только в том, что к нам

поставляется новейшее оборудование, но и в том, что фирма создала ряд предприятий в нашей стране по сборке оборудования и выпуску упаковочных материалов.

Активность других зарубежных производителей заметно снизилась по сравнению с их деятельностью с конца 60-х до начала 80-х годов. Осуществляются лишь единичные продажи. Однако в случае оживления отраслей, потребляющих упаковочную технику, следует ожидать увеличение потока импортного оборудования. Тем более, что многие фирмы имеют свои представительства в нашей стране, а другие сотрудничают с фирмами-посредниками, имеющими у нас представительства.

Из предприятий России и ближнего зарубежья наибольшую активность проявляют предприятия, недавно занявшиеся выпуском упаковочной техники. Причем, они выпускают один-два типа оборудования, чаще всего машины для упаковки в термосвариваемые материалы.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Практическое занятие №1 (1 час).

Тема: Государственное регулирование инновационной деятельности

2.1.1 Задание для работы:

1. Интересы и движущие мотивы инновационной деятельности
2. Понятие государственной инновационной политики
3. Субъекты и основные направления государственного регулирования инновационного предпринимательства на федеральном уровне
4. Региональное регулирование инновационного предпринимательства
5. Налоговое стимулирование инновационного предпринимательства

2.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.1.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

2.2 Практическое занятие №2 (1 час).

Тема: Организационные основы инновационной деятельности

2.2.1 Задание для работы:

1. Современные особенности и факторы построения организационных структур инновационной деятельности
2. Технопарки
3. Бизнес-инкубаторы и инкубаторы технологий
4. Инновационно-технологические центры
5. Учебно-деловые центры
6. Инновационные государственные корпорации

2.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.2.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

2.3 Практическое занятие №3 (1 час).

Тема: Организация процесса освоения производства новой продукции

2.3.1 Задание для работы:

1. Содержание процесса создания и освоения новой продукции
2. Принципы и методы организации ускоренного освоения новой продукции
3. Методы организации перехода на выпуск новых изделий
4. Гибкие производственные системы при организации освоения производства новых изделий

2.3.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.3.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

2.4 Практическое занятие №4 (1 час).

Тема: Инвестирование инновационной деятельности

2.4.1 Задание для работы:

1. Формы и методы инвестирования инноваций
2. Венчурное финансирование инновационной деятельности
3. Лизинговое финансирование инновационной деятельности
4. Риски в инновационном менеджменте: понятие и виды

2.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.4.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

2.5 Практическое занятие №5 (1 час).

Тема: Малое инновационное предпринимательство

2.5.1 Задание для работы:

1. Особенности малого предпринимательства в инновационной сфере
2. Формы организации малого инновационного предпринимательства
3. Интрапренерство как форма организации инновационной деятельности

2.5.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.5.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

2.6 Практическое занятие №6 (1 час).

Тема: Оценка эффективности инновационных проектов и выбор направлений экономической диагностики инновационной деятельности

2.6.1 Задание для работы:

1. Инновационный проект: понятие, типология и структура
2. Показатели и методы оценки эффективности инновационных проектов
3. Экспертиза и методы анализа инновационных проектов
4. Критерии и показатели, используемые в экономической диагностике инновационной деятельности

2.6.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

2.6.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

Разработал(и): _____ С.С. Таспаев

_____ О.А. Федорова