

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет государственного и муниципального управления

---

*(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))*

Кафедра государственного управления и менеджмента

---

*(наименование кафедры)*

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры государственного  
управления и менеджмента

Протокол от «31» августа 2020 г. №1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.13 ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

---

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

---

*(краткое наименование дисциплины (модуля) (при наличии))*

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

---

*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

Региональное управление

---

*(направленность(и) (профиль(и)/специализация(и)))*

Бакалавр

---

*(квалификация)*

Очная, очно-заочная

---

*(форма(ы) обучения)*

Год набора – 2021

Волгоград, 2020 г.

**Автор(ы)-составитель(и):**

канд. экон. наук, доцент кафедры государственного управления и менеджмента Соколов А.А.

---

*(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)*

Заведующий кафедрой государственного управления и менеджмента  
Тюменцев И.О.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	29
6.1. Основная литература.....	29
6.2. Дополнительная литература.....	29
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	29
6.4. Нормативные правовые документы.....	29
6.5. Интернет-ресурсы.....	30
6.6. Иные источники.....	30
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	30
Приложение 1	31

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

1.1. Дисциплина Б1.В.13 «Инновационный менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-26	Владение навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций	ПК-26.2.3.1	Способность информатизировать управленческую деятельность

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сбор информации в связи с реализацией функций органов государственного и муниципального управления;</li> <li>• Обработка информации в связи с реализацией функций органов государственного и муниципального управления</li> <li>• Информатизация деятельности органов государственного и муниципального управления;</li> <li>• Технологическое обеспечение служебной деятельности специалистов (по категориям и группам должностей муниципальной службы);</li> <li>• Обеспечение ведения делопроизводства и документооборота в органах государственной власти Российской Федерации, органах государственной власти субъектов Российской Федерации; органах местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях. (Протокол форсайт-сессии № 1 от 30.08.2016 г.)</li> </ul>	ПК-26.2.3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использует принципы информатизации системы управления;</li> <li>- составляет схемы и алгоритмы информатизации системы управления;</li> <li>- анализирует точки принятия решений при информатизации системы управления.</li> </ul>

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина Б1.В.13 «Инновационный менеджмент» принадлежит к блоку вариативная часть, обязательные дисциплины. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 8 семестре, общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ (108 часов), по очно-заочной форме обучения дисциплина осваивается на 5 курсе, общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ (108 часов).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области экономики, психологии, государственного управления, политологии, юриспруденции, документоведения, а также на приобретенные ранее умения и навыки в сфере государственного и муниципального управления, экономической теории, социологии организации, управления человеческими ресурсами. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для работы с функционирующими в современных условиях организационными структурами, персоналом, поможет при внедрении в организации инноваций.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 40 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 14 часов, на контроль самостоятельной работы – 54 часа.

Форма промежуточной аттестации по очной форме обучения в соответствии с учебным планом – экзамен.

По очно-заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 14 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 85 часов, на контроль самостоятельной работы – 9 часов.

Форма промежуточной аттестации по очно-заочной форме обучения в соответствии с учебным планом – экзамен.

### 3. Содержание и структура дисциплины

№ п./п.	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Тема 1	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий	20	4		4	10	2	<i>Т</i>
Тема 2	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам	16	4		2	8	2	<i>Т</i>
Тема 3	Стимулирование развития инноваций в крупных корпорациях	14	2		2	8	2	<i>Т</i>
Тема 4	Инновационный рейтинг регионов как выявление факторов управления инновационностью территории	14	2		2	8	2	<i>Т</i>
Тема 5	Защита прав инвесторов и инноваторов	16	4		2	8	2	<i>Т</i>
Тема 6	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе инновационного лифта	18	4		4	8	2	<i>Т</i>
Тема 7	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе бизнес-ангелов	10	2		2	4	2	<i>Т</i>
<b>Промежуточная аттестация</b>								<i>Экз</i>
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>22</b>		<b>18</b>	<b>54</b>	<b>14</b>	<b>3 ЭБ</b>
<i>Очно-заочная форма обучения</i>								
Тема 1	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация	17	2			2	13	<i>Т</i>

№ п.п.	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
	инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий							
Тема 2	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам	16	2			2	12	<i>T</i>
Тема 3	Стимулирование развития инноваций в крупных корпорациях	15	2			1	12	<i>T</i>
Тема 4	Инновационный рейтинг регионов как выявление факторов управления инновационностью территории	15	2			1	12	<i>T</i>
Тема 5	Защита прав инвесторов и инноваторов	15			2	1	12	<i>T</i>
Тема 6	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе инновационного лифта	15			2	1	12	<i>T</i>
Тема 7	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе бизнес-ангелов	15			2	1	12	<i>T</i>
<b>Промежуточная аттестация</b>								<i>Экз</i>
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>8</b>		<b>6</b>	<b>9</b>	<b>85</b>	<b>3 ЭЕ</b>

*Примечание:*

*\*формы текущего контроля успеваемости – опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (К), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.;*

*\*\*формы промежуточной аттестации – экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО).*

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.13 «Инновационный менеджмент» выносятся следующие темы:

№ п./п.	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Контроль: очная форма	Контроль: очно-заочная форма
1.	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий.	<i>Реф</i>	<i>Реф</i>
2.	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам.	<i>Реф</i>	<i>Реф</i>

### Содержание дисциплины

**Тема 1. Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий.**

Понятие инноваций. Инновационная экономика в контексте постиндустриального развития и экономики знаний: основные черты и принципы функционирования. Й.Шумпетер и П.Друкер об инновациях, новаторах и роли инноваций в экономике. Теория национальной инновационной системы. Теория треугольника. Теория двойной спирали. Теория тройной спирали. Инерционность траекторий развития хозяйствующих субъектов и инновационный импульс. Механизм изменения траекторий инновационного развития. Признаки инновационности фирм. Виды инноваций на уровне отдельной фирмы. Стадии развития инновационной компании, специфика их менеджмента и командных требований: посевная, старт-ап, ранний рост, расширение, выход, мезонинная. Инвестиционные товарищества. Хозяйственные партнерства. Особенности формирования уставного (паевого) капитала, выхода из предприятия, управления, распределения прибыли. Специфика применения в инновационной сфере. Виды инновационных продуктов в сфере энергетики, медицины, строительства, здравоохранения.



**Тема 2. Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам.**

Понятие стратегии инновационного развития. Активные стратегии и их виды. Пассивные стратегии и их виды. Смешанные стратегии, их виды и область применения. Жизненный цикл инноваций. Планирование инноваций: этапы, применяемые технологии, взаимосвязь с миссией и стратегией предприятия. Инновационный маркетинг (массовая кастомизация, продуктовый каннибализм, рэбрендинг, социальный маркетинг). Отличия понятий жизненный цикл, инновационный маркетинг для инноваций и инвестиций. Стратегии диверсификации. Критерии диверсификации. Сфера применения видов стратегий диверсификации. Стратегии взаимоотношений с поставщиками. Стратегии взаимоотношений с покупателями. Стратегии взаимоотношений с конкурентами.

**Тема 3. Стимулирование развития инноваций в крупных корпорациях.**

Псевдоакции. План ESOP. Гранты. Выделение времени на разработку инноваций. Системы внутреннего дополнительного пенсионного страхования и их разновидности. Амортизационная премия. Списание затрат на НИОКР по времени и по объему. Особые налоговые режимы для резидентов особых экономических зон.

**Тема 4. Инновационный рейтинг регионов как выявление факторов управления инновационностью территории.**

Инновационный рейтинг регионов: РАНХиГС, ВШЭ, Финуниверситет, НАИРИТ, В.Киселев, А.Гусев, ЦСР «Северо-запад», НИСИ, РА «Эксперт-РА». Применяемые показатели, степень коррелируемости результатов. Оценки инновационности российской экономики Росстата РФ. Мониторинг инновационной деятельности предприятий в зарубежных странах.

**Тема 5. Защита прав инвесторов и инноваторов.**

Система защиты прав интеллектуальной собственности в России и мировой практики. Виды защищаемых объектов интеллектуальной собственности. Порядок формирования заявки. Стоимость защиты прав интеллектуальной собственности. Формирование условий инвестиционной сделки. Понятие защитных механизмов инвестиционной сделки для инноватора и для инвестора: критерии последующих обязательств у участников проекта, очередность возврата средств при банкротстве предприятия, передаваемая доля компании при выходе, от размывания доли и стоимости пакета инвестора, опционы (опционы эмитента). Специфика защитных мер у инновационных компаний ранней стадии и small cap. Доинвестиционная стоимость, постинвестиционная стоимость. Методы противостояния акционеров снижению доли в уставном капитале инновационной компании при допэмиссии: метод полного хrapовика, метод взвешенного среднего.

**Тема 6. Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе инновационного лифта**

Понятие инновационного лифта. Фонд Бортника. ОПОРА РОССИИ. РАВИ. Фонд «Сколково». Федеральное агентство по делам молодежи. РОСНАНО. МСП-банк.

ОАО РВК. Дочерние предприятия РВК. Региональные инновационные фонды. АСИ.

Рынок инвестиций и инноваций Московской биржи. Специфика требований, предъявляемых к инновационным предприятиям. Формирование инновационной команды.

## **Тема 7. Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе бизнес-ангелов**

Понятие бизнес-ангелов. Специфика бизнес-ангельского финансирования на зарубежных рынках (сроки, объемы). Ассоциации бизнес-ангелов. Национальное содружество бизнес-ангелов (СБАР). Фонд бизнес-ангелов «AddVenture». Ассоциация бизнес-ангелов «Стартовые инвестиции». Национальная сеть бизнес-ангелов «Частный капитал». Российская ассоциация бизнес-ангелов. Специфика требований, предъявляемых к инновационным предприятиям. Формирование инновационной команды.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.13 «Инновационный менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<b>№ п./п.</b>	<b>Наименование тем (разделов)</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
<b>Очная форма</b>		
Тема 1	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 2	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 3	Стимулирование развития инноваций в крупных корпорациях.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 4	Инновационный рейтинг регионов как выявление факторов управления инновационностью территории.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 5	Защита прав инвесторов и инноваторов.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 6	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе инновационного лифта	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 7	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе бизнес-ангелов	<i>Письменное тестирование</i>
<b>Очно-заочная форма</b>		
Тема 1	Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 2	Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 3	Стимулирование развития инноваций в крупных корпорациях.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 4	Инновационный рейтинг регионов как выявление факторов управления инновационностью территории.	<i>Письменное тестирование</i>

Тема 5	Защита прав инвесторов и инноваторов.	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 6	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе инновационного лифта	<i>Письменное тестирование</i>
Тема 7	Специфика требований, предъявляемых к управлению инновационными предприятиями в системе бизнес-ангелов	<i>Письменное тестирование</i>

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена методом письменного тестирования и устного опроса по перечню примерных вопросов из приложения 1.

К сдаче экзамена по дисциплине допускаются студенты, получившие не меньше 60 баллов при текущей аттестации. При подготовке к экзамену студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи экзамена студентом является изучение конспектов обзорных лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы, и практические навыки, освоенные при решении задач в течение семестра.

## 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

### Тестирование по темам

#### Тема 1

##### 1. Что такое инновация по Й.Шумпетеру?

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

##### 2. Что такое инновация по П.Друкеру?

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

##### 3. Что понимается под инновационной деятельностью?

- а) процесс, направленный на разработку и на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической

деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки;

б) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;

в) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;

г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

#### **4. Что понимается под пассивными стратегиями?**

а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;

б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;

г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

#### **5. Что понимается под активными стратегиями?**

а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;

б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;

г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**Ключ:** 1г; 2в; 3а; 4г; 5а.

## **Тема 2**

### **1. Что понимается под реинжинирингом бизнеса?**

а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;

б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;

г) инженерно-консультационные услуги по перестройке предпринимательской деятельности на основе производства и реализации инновации.

### **2. Что понимается под бренд-стратегией?**

а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;

б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;

г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

### **3. Что понимается под ребрендингом?**

а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;

б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**4. Бизнес-ангелы – это:**

- а) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инноваций;
- б) частные инвесторы;
- в) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инвестиций;
- г) любые формы финансирования инноваций без оформления залога.

**5. START-UP – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**Ключ:** 1г; 2в; 3г; 4а; 5б.

**Тема 3**

**1. На какие стадии конкуренции, по М.Портеру, должна ориентироваться Россия в настоящее время:**

- а) факторы производства;
- б) инвестиции;
- в) инновации;
- г) богатство.

**2. На чем основана концепция инновационного управления в отличие от рационалистической концепции менеджмента:**

- а) приспособляемость к изменению внешней среды через разработку и внедрение инноваций;
- б) необходимость роста производительности труда;
- в) рациональность организации производства;
- г) снижение издержек производства.

**3. Какие традиционные направления инновационной деятельности организации включает организация нового бизнеса:**

- а) использование новых каналов продвижения товаров;
- б) сокращение инвестиций в основной и оборотный капитал;
- в) производство новых продуктов;
- г) выход на новые рынки.

**4. Какая особенность характеризует инновационную стратегию бизнеса:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**5. Какая особенность характеризует стратегию диверсификации:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;

- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**Ключ:** 1в; 2а; 3б; 4а; 5в.

#### **Тема 4**

**1. Какая особенность характеризует стратегию выборочного роста:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) концентрируйся на основных действиях, продай все остальное.

**2. Какой тип структуры открывает наибольшие возможности для разработки и внедрения инноваций:**

- а) линейный;
- б) штабной;
- в) функциональный;
- г) матричный.

**3. Какие организационные характеристики не соответствуют инновационной организации:**

- а) традиционная;
- б) децентрализованная;
- в) индивидуалистическая;
- г) органистическая.

**4. Для какой модели инновационного процесса необходимой функцией управления являются эффективные коммуникации, информационное обеспечение, трансфер инноваций и организация кооперации промышленных организаций, университетов, научных организаций:**

- а) модель технологического толчка (1955-1960 гг.);
- б) модель вытягивания рынком (1960-1970 гг.);
- в) сопряженная, интерактивная, совмещенная модель (1970-1980 гг.);
- г) модель радикальных инноваций (1990-2005).

**Ключ:** 1г; 2г; 3а; 4а.

#### **Тема 5**

**1. Посевная стадия инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**2. Стадия раннего роста инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;

- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**3. Стадия расширения инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) улучшение показателей функционирования инновационной фирмы перед выходом на IPO для повышения стоимости активов.

**4. Мезонинная стадия инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) продажа активов инновационной фирмы по IPO или стратегическому инвестору.

**5. Стадия выхода инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**Ключ:** 1а; 2г; 3г; 4г; 5в.

## **Тема 6**

**1. Венчурные партнеры РВК – это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;
- в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;
- г) общероссийское отраслевое объединение бизнес-ангелов и других венчурных инвесторов ранней стадии.

**2. Портфельные компании – это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты)

могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;

в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;

г) организации (учреждения), способствующие осуществлению инновационной деятельности, то есть комплекс организаций (учреждений), имеющих подчиненный и вспомогательный характер, обслуживающих инновацию и обеспечивающих условия нормального протекания инновационного процесса.

### **3. Российская ассоциация бизнес-ангелов – это:**

а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;

б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;

в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;

г) общероссийское отраслевое объединение бизнес-ангелов и других венчурных инвесторов ранней стадии.

### **4. Инновационная инфраструктура – это:**

а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;

б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;

в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;

г) организации (учреждения), способствующие осуществлению инновационной деятельности, то есть комплекс организаций (учреждений), имеющих подчиненный и вспомогательный характер, обслуживающих инновацию и обеспечивающих условия нормального протекания инновационного процесса.

**Ключ:** 1а; 2г; 3г; 4г.

## **Тема 7**

### **1. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:**

а) отказ в сертификации результата;

б) отсутствие результата в установленные сроки;

в) отторжение рынком;

г) более низкие объемы сбыта по сравнению с запланированными.



**2. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?**

- а) снижение объемов производства и продаж;
- б) технологическое освоение выпуска новой продукции;
- в) стабилизация объемов производства промышленной продукции;
- г) исследования и разработки по созданию новой продукции.

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

- а) аудиторские;
- б) лизинговые;
- в) венчурные;
- г) потребительские.

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

- а) виолентный;
- б) пациентный;
- в) эксплерентный;
- г) коммутантный.

**Ключ:** 1г; 2г; в; 4а.

**Тематика рефератов для самостоятельной работы**

**Тема 1. Виды инноваций. Концепции развития инноваций. Классификация инновационных предприятий. Организационно-правовые формы российских предприятий, предназначенные для инновационной деятельности. Общая характеристика современных инновационных технологий**

1. Нововведение как объект инновационного менеджмента.
2. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности современных организации.
3. Инновационная деятельность организаций.
4. Инновационная сфера и ее элементы.
5. Государственная политика регулирования и поддержки инновационной деятельности.
6. Внешняя и внутренняя среда инновационной деятельности.
7. Правовое регулирование инновационной деятельности.
8. Инновационный процесс и особенности его развития в рыночной экономике.
9. Организационные формы инновационных организаций.
10. Типы организационных структур инновационных организаций.

**Тема 2. Организация инноваций крупным бизнесом. Технологические, маркетинговые стратегии. Стратегии диверсификации. Стратегии по отношению к конкурентам, поставщикам, потребителям, инноваторам.**

11. Стратегическое управление инновациями.
12. Управление инновационным проектом.
13. Разработка инновационного проекта.
14. Управление реализацией инновационного проекта.
15. Управление риском инновационного (инвестиционного) проекта.
16. Инвестирование инновационных проектов.

17. Организация финансирования инновационных проектов.
18. Оценка эффективности инновационных проектов.
19. Менеджмент персонала инновационной организации.
20. Экспертиза инновационных проектов.
21. Инжиниринг инновационной деятельности.
22. Реинжиниринг инновационной деятельности.
23. Мэрджер как инновационный подход деятельности современных организаций.
24. Бенчмаркинг в управлении инновационной деятельностью организаций.

### **Тест к I рейтинговому срезу**

#### **1. Что такое инновация по Й.Шумпетеру?**

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

#### **2. Что такое инновация по П.Друкеру?**

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

#### **3. Что понимается под инновационной деятельностью?**

- а) процесс, направленный на разработку и на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки;
- б) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- в) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

#### **4. Что понимается под пассивными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;

- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**5. Что понимается под активными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**6. Что понимается под реинжинирингом бизнеса?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) инженерно-консультационные услуги по перестройке предпринимательской деятельности на основе производства и реализации инновации.

**7. Что понимается под бренд-стратегией?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**8. Что понимается под ребрендингом?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**9. Бизнес-ангелы – это:**

- а) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инноваций;
- б) частные инвесторы;
- в) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инвестиций;
- г) любые формы финансирования инноваций без оформления залога.

**10. START-UP – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы;

**Ключ:** 1г; 2в; 3а; 4г; 5а; 6г; 7в; 8г; 9а; 10б.

## Тест ко II рейтинговому срезу

**1. На какие стадии конкуренции, по М.Портеру, должна ориентироваться Россия в настоящее время:**

- а) факторы производства;
- б) инвестиции;
- в) инновации;
- г) богатство.

**2. На чем основана концепция инновационного управления в отличие от рационалистической концепции менеджмента:**

- а) приспособляемость к изменению внешней среды через разработку и внедрение инноваций;
- б) необходимость роста производительности труда;
- в) рациональность организации производства;
- г) снижение издержек производства.

**3. Какие традиционные направления инновационной деятельности организации включает организация нового бизнеса:**

- а) использование новых каналов продвижения товаров;
- б) сокращение инвестиций в основной и оборотный капитал;
- в) производство новых продуктов;
- г) выход на новые рынки.

**4. Какая особенность характеризует инновационную стратегию бизнеса:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**5. Какая особенность характеризует стратегию диверсификации:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**6. Какая особенность характеризует стратегию выборочного роста:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) концентрируйся на основных действиях, продай все остальное.

**7. Какой тип структуры открывает наибольшие возможности для разработки и внедрения инноваций:**

- а) линейный;
- б) штабной;
- в) функциональный;
- г) матричный.

**8. Какие организационные характеристики не соответствуют инновационной организации:**

- а) традиционная;

- б) децентрализованная;
- в) индивидуалистическая;
- г) органистическая.

**9. Для какой модели инновационного процесса необходимой функцией управления являются эффективные коммуникации, информационное обеспечение, трансфер инноваций и организация кооперации промышленных организаций, университетов, научных организаций:**

- а) модель технологического толчка (1955-1960 гг.);
- б) модель вытягивания рынком (1960-1970 гг.);
- в) сопряженная, интерактивная, совмещенная модель (1970-1980 гг.);
- г) модель радикальных инноваций (1990-2005).

**10. Посевная стадия инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**Ключ:** 1в; 2а; 3б; 4а; 5в; 6г; 7г; 8а; 9а; 10а.

### **Шкала оценивания**

Уровень подготовки обучающегося во время проведения текущего контроля определяется баллами (процентами) в диапазоне 0-100 (1 балл = 1 %).

### **Тестирование**

Критерием оценивания при проведении тестирования является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

- где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;
- В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;
- О – общее количество вопросов в тесте.

### **Проверка реферата**

Критериями оценивания при проверке реферата является демонстрация основных теоретических положений в рамках осваиваемой компетенции. При оценивании реферата используется следующая шкала:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-26	Владение навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций	ПК-26.2.3.1	Способность информатизировать управленческую деятельность

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-26.2.3.1 Способность информатизировать управленческую деятельность	Принципы информатизации системы управления	-формирует ключевые принципы разработки новшеств в управлении; -систематизирует и упорядочивает информацию о возможных нововведениях.
	Составление схемы и алгоритмов информатизации системы управления	-составляет планы реализации нововведений в организации; -разрабатывает алгоритм ведения инновационной деятельности.
	Анализ точек принятия решений при информатизации системы управления	-анализирует результаты внедрения нововведений; -обеспечивает информацией о перспективных инновациях; -рекомендует новшества к внедрению.

### 4.3.2. Типовые оценочные средства

#### Итоговый тест

#### 1. Что такое инновация по Й.Шумпетеру?

- любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

## **2. Что такое инновация по П.Друкеру?**

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

## **3. Что понимается под инновационной деятельностью?**

- а) процесс, направленный на разработку и на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки;
- б) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- в) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

## **4. Что понимается под пассивными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

## **5. Что понимается под активными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

### **Вопросы к экзамену**

1. Инновации и инновационная экономика в контексте постиндустриального развития и экономики знаний: основные черты и принципы функционирования.
2. Й.Шумпетер и П.Друкер об инновациях, новаторах и роли инноваций в экономике.
3. Концепции инновационной системы.
4. Признаки инновационности фирм. Стадии развития инновационной компании.
5. Инвестиционные товарищества.

6. Хозяйственные партнерства.
7. Виды инновационных продуктов в сфере энергетики, медицины, строительства, здравоохранения.
8. Активные, пассивные, смешанные инновационные стратегии и их виды.
9. Жизненный цикл инноваций.
10. Планирование инноваций: этапы, применяемые технологии, взаимосвязь с миссией и стратегией предприятия.

**Полный комплект оценочных материалов для промежуточной аттестации представлен в приложении 1 к настоящей РПД.**

### **Шкала оценивания**

Уровень подготовки обучающегося во время промежуточной аттестации определяется баллами (процентами) в диапазоне 0-100 (1 балл = 1 %).

### **Тестирование**

Критерием оценивания при проведении тестирования является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где B – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

B – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

O – общее количество вопросов в тесте.

### **Устный опрос**

Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации. При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Демонстрация знаний основных теоретических положений в рамках осваиваемой компетенции. Умение применять знания на практике в полной мере. Свободное владение навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
89% - 75%	Демонстрация большей части знаний основных теоретических положений. Умение применять знания на практике, допуская при этом незначительные неточности. Владение основными навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
74% - 60%	Демонстрация достаточных знаний основных теоретических положений. Умение применять знания на практике, допуская при этом ошибки. Владение отдельными навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
менее 60%	Демонстрация отсутствия знаний основных теоретических положений. Не умеет применять знания на практике. Не владеет навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.

**При оценивании результатов обучения используется следующая шкала:**

100%-90% (отлично)	Этапы формирования компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач.
-----------------------	--



89%-75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74%-60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

#### 4.4. Методические материалы

Процедура оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО РАНХиГС и Регламентом о балльно-рейтинговой системе в Волгоградском институте управления – филиале РАНХиГС.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

##### Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Требования к объему: не более 15 страниц. Оформление: Шрифт Times New Roman, размер 12, интервал 1,5, абзацный отступ 1,5. Оригинальность по системе Антиплагиат.ВУЗ – не менее 60 %.

##### Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

##### Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

##### Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Практическое (семинарское) занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами

теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Практические (семинарские) занятия включают в себя и специально подготовленные рефераты, выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, решение задач. На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя, получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

### **Рекомендации по изучению методических материалов**

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине, словарь основных терминов дисциплины.

### **Рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной

подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа, выполнение контрольной работы.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.4 «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является **конспектирование первоисточников.**

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграф, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой **план текста и четкое представление о неясных местах**, отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует **выделить основные мысли автора** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: **план, тезисы, конспект.**

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая *заголовки*. Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию, – так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятия в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала свертывается, и студент, отрабатывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

- Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. *Выписать на поля* значение отмеченных понятий.

- При первом чтении текста необходимо составить его *простой план*, последовательный перечень основных мыслей автора.

- При повторном чтении текста выделять *систему доказательств* основных положений работы автора.

- Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

- При конспектировании нужно стремиться *выразить мысль автора своими словами*, это помогает более глубокому усвоению текста.

- В рамках работы над первоисточником важен умелый *отбор цитат*. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Обратная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть

использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Баранчев В. П. Управление инновациями: учебник М.: Изд-во Юрайт; 2011.
2. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: практикум. М.: Дашков и К, 2015. – 198 с.
3. Инновационный менеджмент /под общ. ред. Л. П. Гончаренко: учебник для академического бакалавриата. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. – 487 с. – (Бакалавр. Академический курс).

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Бабаскин С. Я. Инновационный проект: методы отбора и инструменты анализа рисков: [учеб. пособие]. М.: Дело, 2014.
3. Зинов В.Г. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами[учеб. пособие]. М.: Дело, 2014.
4. Первушин В. А. Практика управления инновационными проектами: [учеб. пособие]. М.: Дело, 2014. – 205 с.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Баранчев В. П. Управление инновациями: учебник М.: Изд-во Юрайт; 2011.

### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Гражданский Кодекс РФ // СПС «Консультант-плюс».
2. Налоговый Кодекс РФ // СПС «Консультант-плюс».
3. О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике». Федеральный закон от 21 июля 2011 г. № 254-ФЗ // СПС «Консультант-плюс».
4. О науке и государственной научно-технической политике. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ // СПС «Консультант-плюс».
5. О стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года. Закон Волгоградской области от 21 ноября 2008 год № 1778-ОД // СПС «ГАРАНТ».
6. Об особых экономических зонах в Российской Федерации. Федеральный закон от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ (ред. от 18.07.2011г.). Документ из информационного банка СПС Консультант-Плюс.
7. Закон Волгоградской области от 4 марта 2005 г. № 1020-ОД «О государственных научных грантах Волгоградской области» // СПС «ГАРАНТ».

8. Закон Волгоградской области от 30 мая 2014 г. № 75-ОД «О внесении изменений в Закон Волгоградской области от 04 марта 2005 г. «О государственных научных грантах Волгоградской области» // СПС «ГАРАНТ».

9. Закон Волгоградской области от 20 мая 2005 г. № 1064-ОД «О премиях Волгоградской области в сфере науки и техники» // СПС «ГАРАНТ».

10. Закон Волгоградской области от 25.12.2012 № 176-ОД «О государственной поддержке инновационной деятельности в Волгоградской области» // СПС «ГАРАНТ».

## **6.5. Интернет-ресурсы**

1. <http://base.consultant.ru>
2. <http://base.garant.ru>

## **6.6. Иные источники**

Иные источники не используются.

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

**Фонды оценочных средств промежуточной аттестации  
по дисциплине «Инновационный менеджмент»**

**Итоговый тест**

**1. Что такое инновация по Й.Шумпетеру?**

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

**2. Что такое инновация по П.Друкеру?**

- а) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- б) звезды предпринимательства, в основе которых лежат новые знания;
- в) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

**3. Что понимается под инновационной деятельностью?**

- а) процесс, направленный на разработку и на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки;
- б) целенаправленно проводимые изменения во всех сферах хозяйственной деятельности для адаптации к внешней среде с целью долгосрочной эффективности функционирования фирмы, страны, мировой экономики;
- в) любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков, форм организации компании;
- г) конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

**4. Что понимается под пассивными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**5. Что понимается под активными стратегиями?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**6. Что понимается под реинжинирингом бизнеса?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) инженерно-консультационные услуги по перестройке предпринимательской деятельности на основе производства и реализации инновации.

**7. Что понимается под бренд-стратегией?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**8. Что понимается под ребрендингом?**

- а) стратегии, основанные на маркетинговых инновациях;
- б) стратегии, основанные на технологических инновациях;
- в) комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке;
- г) изменение позиционирования бренда в целях повышения интереса и лояльности со стороны потребителей.

**9. Бизнес-ангелы – это:**

- а) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инноваций;
- б) частные инвесторы;
- в) частные инвесторы, осуществляющие финансирование инвестиций;
- г) любые формы финансирования инноваций без оформления залога.

**10. START-UP – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы.

**11. На какие стадии конкуренции, по М. Портеру, должна ориентироваться Россия в настоящее время:**

- а) факторы производства;
- б) инвестиции;
- в) инновации;



г) богатство.

**12. На чем основана концепция инновационного управления в отличие от рационалистической концепции менеджмента:**

- а) приспособляемость к изменению внешней среды через разработку и внедрение инноваций;
- б) необходимость роста производительности труда;
- в) рациональность организации производства;
- г) снижение издержек производства.

**13. Какие традиционные направления инновационной деятельности организации включает организация нового бизнеса:**

- а) использование новых каналов продвижения товаров;
- б) сокращение инвестиций в основной и оборотный капитал;
- в) производство новых продуктов;
- г) выход на новые рынки.

**14. Какая особенность характеризует инновационную стратегию бизнеса:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**15. Какая особенность характеризует стратегию диверсификации:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) чем шире, тем лучше.

**16. Какая особенность характеризует стратегию выборочного роста:**

- а) чем больше возможностей для будущего, тем лучше;
- б) утонешь или выплывешь;
- в) чем больше, тем лучше;
- г) концентрируйся на основных действиях, продай все остальное.

**17. Какой тип структуры открывает наибольшие возможности для разработки и внедрения инноваций:**

- а) линейный;
- б) штабной;
- в) функциональный;
- г) матричный.

**18. Какие организационные характеристики не соответствуют инновационной организации:**

- а) традиционная;
- б) децентрализованная;
- в) индивидуалистическая;
- г) органистическая.

**9. Для какой модели инновационного процесса необходимой функцией управления являются эффективные коммуникации, информационное обеспечение, трансфер**

**инноваций и организация кооперации промышленных организаций, университетов, научных организаций:**

- а) модель технологического толчка (1955-1960 гг.);
- б) модель вытягивания рынком (1960-1970 гг.);
- в) сопряженная, интерактивная, совмещенная модель (1970-1980 гг.);
- г) модель радикальных инноваций (1990-2005).

**20. Посевная стадия инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы

**21. Стадия раннего роста инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы;

**22. Стадия расширения инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) улучшение показателей функционирования инновационной фирмы перед выходом на IPO для повышения стоимости активов;

**23. Мезонинная стадия инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) продажа активов инновационной фирмы по IPO или стратегическому инвестору.

**24. Стадия выхода инновационной фирмы – это:**

- а) инновационный бизнес, находящийся в начальной стадии развития, но уже имеющий запатентованную бизнес-идею;
- б) это период разработки бизнес-идеи;
- в) выход на точку безубыточности;
- г) расширение спроса на продукцию инновационной фирмы;

**25. Венчурные партнеры РВК - это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты)

могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;

- в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;
- г) общероссийское отраслевое объединение бизнес-ангелов и других венчурных инвесторов ранней стадии

**26. Портфельные компании - это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;
- в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;
- г) организации (учреждения), способствующие осуществлению инновационной деятельности, то есть комплекс организаций (учреждений), имеющих подчиненный и вспомогательный характер, обслуживающих инновацию и обеспечивающих условия нормального протекания инновационного процесса.

**27. Российская ассоциация бизнес-ангелов - это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;
- в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;
- г) общероссийское отраслевое объединение бизнес-ангелов и других венчурных инвесторов ранней стадии

**28. Инновационная инфраструктура - это:**

- а) фирмы, зарегистрированными в соответствии с Положением о системе венчурных партнеров РВК, для обеспечения взаимодействия между инвесторами и инновационными фирмами;
- б) организации web-ресурса Московской биржи, направленного на создание механизмов привлечения инвестиций инновационными компаниями на ранних стадиях развития. В рамках ресурса, «покупатели» (фонды, инвестиционные компании, банки, частные инвесторы) и «продавцы» (фонды, инвестиционные компании, банки и сами эмитенты) могут размещать предложения о продаже доли в компании/ проекте и устанавливать контакты для совершения сделок;
- в) организации, финансируемые за счет средств Фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании;

г) организации (учреждения), способствующие осуществлению инновационной деятельности, то есть комплекс организаций (учреждений), имеющих подчиненный и вспомогательный характер, обслуживающих инновацию и обеспечивающих условия нормального протекания инновационного процесса.

**29. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:**

- а) отказ в сертификации результата;
- б) отсутствие результата в установленные сроки;
- в) отторжение рынком;
- г) более низкие объёмы сбыта по сравнению с запланированными.

**30. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?**

- а) снижение объемов производства и продаж;
- б) технологическое освоение выпуска новой продукции;
- в) стабилизация объемов производства промышленной продукции;
- г) исследования и разработки по созданию новой продукции.

**31. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?**

- а) снижение объемов производства и продаж;
- б) технологическое освоение выпуска новой продукции;
- в) стабилизация объемов производства промышленной продукции;
- г) исследования и разработки по созданию новой продукции.

**32. Как называются рисковые фирмы, которые обычно создаются в областях предпринимательской деятельности, связанных с повышенной опасностью потерпеть убытки?**

- а) аудиторские;
- б) лизинговые;
- в) венчурные;
- г) потребительские.

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

- а) виолентный;
- б) пациентный;
- в) эксплерентный;
- г) коммутантный.

**34. Бизнес-план инновационного проекта - это:**

- а) краткий программный документ, дающий представления о целях, методах осуществления и ожидаемых результатах инновационного проекта;
- б) длинный программный документ, дающий представления о целях, методах осуществления и ожидаемых результатах инновационного проекта
- в) программный документ, дающий представления о методах осуществления и ожидаемых результатах инновационного проекта
- г) программный документ, дающий представления о целях осуществления и ожидаемых результатах инновационного проекта

**35. В основе модели «рыночного вызова» лежит положение:**

- а) инновации ориентированы на требования продавца;
- б) инновации ориентированы на требования потребителя;
- в) инновации не ориентированы на требования потребителя;
- г) инновации не ориентированы.

**36. В основе модели «технологического толчка» лежит положение:**

- а) инновации ориентированы на требования продавца;
- б) инновации ориентированы на требования потребителя;
- в) инновации ориентированы на имеющиеся технологические возможности;
- г) инновации не ориентированы.

**37. Величина ожидаемого прироста прибыли от внедрения инновации составляет 800 тыс. руб. в год. Индекс возврата от исследований 0,5%. Тогда стоимость инновационного проекта:**

- а) 1200;
- б) 1300;
- в) 900;
- г) 1600 тыс. руб.

**38. Выработка стратегии инновационного развития организации является базой для создания и удержаний конкурентного преимущества:**

- а) нет;
- б) может быть да, может быть нет;
- в) не является базой;
- г) да.

**39. Главное отличие бизнес-инкубатора от других технопарковых структур – это:**

- а) развитие независимого хозяйствующего субъекта;
- б) развитие зависимого хозяйствующего субъекта;
- в) не развитие независимого хозяйствующего субъекта;
- г) не развитие зависимого хозяйствующего субъекта.

**40. Государственная инновационная политика призвана:**

- а) разрабатывать и реализовывать экономические, организационные, правовые меры, направленные на освоение в производстве новшеств;
- б) в регулировании взаимоотношений государства с промышленными предприятиями государственного и частного сектора;
- в) разрабатывать и реализовывать экономические, организационные, правовые меры, направленные на освоение месторождений;
- г) разрабатывать и реализовывать экономические, организационные, правовые меры, направленные на развитие независимого хозяйствующего субъекта.

**Ключ:** 1г; 2в; 3а; 4г; 5а; 6г; 7в; 8г; 9а; 10б; 11в; 12а; 13б; 14а; 15в; 16г; 17г; 18а; 19а; 20а; 21г; 22г; 23г; 24в; 25а; 26г; 27г; 28г; 29г; 30г; 31г; 32в; 33а; 34а; 35б; 36в; 37г; 38г; 39а; 40а.

## Вопросы к экзамену

1. Инновации и инновационная экономика в контексте постиндустриального развития и экономики знаний: основные черты и принципы функционирования.
2. Й.Шумпетер и П.Друкер об инновациях, новаторах и роли инноваций в экономике.
3. Концепции инновационной системы.
4. Признаки инновационности фирм. Стадии развития инновационной компании.
5. Инвестиционные товарищества.
6. Хозяйственные партнерства.
7. Виды инновационных продуктов в сфере энергетики, медицины, строительства, здравоохранения.
8. Активные, пассивные, смешанные инновационные стратегии и их виды.
9. Жизненный цикл инноваций.
10. Планирование инноваций: этапы, применяемые технологии, взаимосвязь с миссией и стратегией предприятия.
11. Инновационный маркетинг (массовая кастомизация, продуктовый каннибализм, рэбрендинг, социальный маркетинг).
12. Стратегии диверсификации.
13. Стратегии взаимоотношений с поставщиками, покупателями, конкурентами.
14. Стимулирование развития инноваций с помощью псевдоакций, плана ESOP, грантов, выделения времени на разработку инноваций.
15. Стимулирование развития инноваций с помощью особых налоговых режимов для резидентов особых экономических зон.
16. Управление инновационной деятельностью в регионе на основе подходов, заложенных в инновационных рейтингах регионов РАНХиГС, ВШЭ, Финуниверситет и НАИРИТ.
17. Управление инновационной деятельностью в регионе на основе подходов, заложенных в инновационных рейтингах регионов В.Киселева, А.Гусева, ЦСР «Северо-запад», НИСИ, РА «Эксперт-РА».
18. Оценки инновационности российской экономики Росстата РФ.
19. Мониторинг инновационной деятельности предприятий в зарубежных странах.
20. Система защиты прав интеллектуальной собственности в России и мировой практике.
21. Понятие защитных механизмов инвестиционной сделки для инноватора и для инвестора: критерии последующих обязательств у участников проекта, очередность возврата средств при банкротстве предприятия, передаваемая доля компании при выходе, от размывания доли и стоимости пакета инвестора, опционы (опционы эмитента).
22. Специфика защитных мер у инновационных компаний ранней стадии и small cap.
23. Методы противостояния акционеров снижению доли в уставном капитале инновационной компании при допэмиссии: метод полного храповика, метод взвешенного среднего.
24. Формирование инновационного предприятия по требованиям Фонда Бортника.
25. Формирование инновационного предприятия по требованиям ОПОРЫ РОССИИ.
26. Формирование инновационного предприятия по требованиям РАВИ.
27. Формирование инновационного предприятия по требованиям Фонда «Сколково».
28. Формирование инновационного предприятия по требованиям Федерального агентства по делам молодежи.
29. Формирование инновационного предприятия по требованиям РОСНАНО.
30. Формирование инновационного предприятия по требованиям СМП-банка.
31. Формирование инновационного предприятия по требованиям ОАО РВКа.
32. Формирование инновационного предприятия по требованиям дочерних предприятий РВК.

33. Формирование инновационного предприятия по требованиям региональных инновационных фондов.
34. Формирование инновационного предприятия по требованиям АСИ.
35. Формирование инновационного предприятия по требованиям рынка инвестиций и инноваций Московской биржи.
36. Формирование инновационного предприятия по требованиям Национального содружества бизнес-ангелов (СБАР).
37. Формирование инновационного предприятия по требованиям Фонда бизнес-ангелов «AddVenture».
38. Формирование инновационного предприятия по требованиям Ассоциации бизнес-ангелов «Стартовые инвестиции».
39. Формирование инновационного предприятия по требованиям Национальной сети бизнес-ангелов «Частный капитал».
40. Формирование инновационного предприятия по требованиям Российской ассоциации бизнес-ангелов.