

# Белорусский государственный университет



## ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности  
1-23 01 15 Социальные коммуникации

**Учебная программа составлена на основе:**

образовательного стандарта «Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации», утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 г., №87;

учебного плана по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации  
30.05.2013 г. регистрационный № Е 23 198/уч.

(дата утверждения)

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Татьяна Владимировна Купчинова, доцент кафедры социальной коммуникации, кандидат социологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета  
(протокол № 13 от 23.05.2016 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета  
(протокол № 6 от 31.05.2016 г.)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Инновационный менеджмент» является дисциплиной по выбору студента цикла специальных дисциплин специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации».

Учебная программа дисциплины «Инновационный менеджмент» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и учебным планом по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации.

**Цель дисциплины** – сформировать целостное представление о системе управления инновациями, инструментах продвижения и роли средств массовой информации в их популяризации.

### **Задачи дисциплины:**

- определить основные понятия инновационного менеджмента;
- сформировать навыки диагностики организаций по типу инновационного конкурентного поведения;
- показать возможность использования различных приемов инновационного менеджмента в деятельности организаций (маркетинг инноваций, инжиниринг и реинжиниринг бизнеса и др.);
- раскрыть сущность инновационной политики и определить основные инструменты ее реализации;
- сформировать представление о рынке интеллектуальной собственности и обозначить проблемы, существующие в Республике Беларусь;
- выделить основные организационные формы инновационной деятельности;
- раскрыть специфику венчурного инновационного бизнеса
- раскрыть роль СМИ в популяризации инноваций.

По завершению изучения дисциплины «Инновационный менеджмент» студент должен:

### **знать:**

- сущность и содержание инновационного менеджмента;
- функции и методы инновационного менеджмента;
- методы поиска инноваций;
- структуру инновационного процесса;
- типы инновационных стратегий;
- формы инновационного менеджмента;
- процедуру диагностики организации на предмет определения ее инновационной позиции;
- инструменты и технологии продвижения инновационных продуктов;
- специализированные СМИ Республики Беларусь по инновационной тематике.

### **уметь:**

- осуществлять диагностику инновационного потенциала и инновационного климата организации;
- оценивать инновационную позицию организации;

- определять тип инновационного поведения;
- разрабатывать план продвижения инновационных продуктов;
- разрабатывать необходимые материалы для СМИ, специализированных выставок (пресс-релиз, рекламный буклет и т.д)

**владеть:**

- инструментами диагностики инновационного потенциала и инновационного климата организации;
- методикой проведения SWOT- анализа;
- методикой определения типа конкурентного инновационного поведения;
- технологиями продвижения инновационных продуктов.

Учебная дисциплина «Инновационный менеджмент» связана с такими дисциплинами как «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации».

Форма получения образования – очная.

На изучение учебной дисциплины «Инновационный менеджмент» учебным планом отводится всего 72 учебных часа, из них 32 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 16 лекционных, 14 семинарских, УСП – 2 часа.

Изучение учебной дисциплины «Инновационный менеджмент» предусмотрено в седьмом семестре четвертого курса.

Формы текущей аттестации по учебной дисциплине: проектная работа, коллоквиум, практическая работа.

Рекомендуемая форма итогового контроля – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Теоретические основания инноватики: история становления, основные понятия, подходы к классификации инноваций**

Значение инновационной деятельности и ее роль в хозяйственной практике. Сущность и содержание инновации. Инновация, изобретение, открытие. Становление теории инновации и ее основные концепции («Длинные волны» Н. Д. Кондратьева, «Деловые циклы» Й. Шумпетера). Функции инновации. Классификация инноваций. Инновационный менеджмент.

### **Тема 2. Инновационный процесс и показатели инновационной деятельности.**

Содержание и структура инновационного процесса. Жизненный цикл инновации. Анализ реализации инновационного процесса. Показатели инновационной деятельности организации.

### **Тема 3. Инновационные стратегии и типы конкурентного поведения организаций**

Понятие и виды инновационных стратегий. Особенности инновационных стратегий организации. Важность определения типа конкурентного поведения. Отраслевой анализ. Классификация типов конкурентного поведения. Методика идентификации.

### **Тема 4. Проектирование инновационных преобразований. Анализ и оценка инновационного потенциала и климата организации.**

Проектирование инновационных преобразований. Инновационные цели и инновационный потенциал организации. Инновационный климат. Инновационная позиция организации. Проектное управление инновациями. SWOT- анализ. Инжиниринг и реинжиниринг деловых процессов

### **Тема 5. Инновационная политика государства**

Содержание и направление инновационной политики государства. Методы реализации инновационной политики государства. Условия реализации инновационной политики государства РБ. Инновационный рынок. Инновационная политика РБ и России: сравнительный анализ концепций. Инновационная деятельность как объект инвестирования. Трансфер технологий в Республике Беларусь.

### **Тема 6. Маркетинг инноваций и наукоемкой продукции**

Специфика маркетинга инноваций. Анализ спроса на нововведения. Стратегический и оперативный инновационный маркетинг. Формирование потребительской ценности инноваций на основе поведения потребителей.

Инструменты продвижения инновационной продукции.  
Технологии продвижения инновационной продукции. Участники процесса продвижения.

Управление маркетингом наукоемкой продукции. Наукоемкая продукция.  
Маркетинговые коммуникации наукоемкой продукции.

### **Тема 7. Коммуникации в сфере инноваций**

Инновации как предмет исследования в журналистике. Корпоративные коммуникации в сфере инноваций. СМИ как инструмент популяризации инноваций в обществе. Роль СМИ в реализации инновационной политики государства.

### **Тема 8. Основные организационные формы инновационной деятельности.**

Формирование подразделений. Формы малого инновационного предпринимательства. Межфирменная научно-техническая кооперация. Инновационная деятельность региональных научно-технических центров.

Понятие электронного бизнеса и его виды. Системы и формы электронной коммерции. Коммерческая деятельность в сетях. Коммуникационная политика в Интернете.

### **Тема 9. Источники финансирования инновационной деятельности**

Понятие венчурного капитала и его функции. Классификация рисков. Приоритеты венчурного инвестирования. Основные подходы к снижению инвестиционных рисков. Лизинговый механизм финансирования обновления оборудования. Налоговый механизм стимулирования инноваций.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
1	<b>Тема 1: Теоретические основания инноватики: история становления, основные понятия, подходы к классификации инноваций</b> 1. Сущность и содержание инновации. 2. Становление теории инновации и ее основные концепции («Длинные волны» Н.Д.Кондратьева, «Деловые циклы» Й. Шумпетера). 3. Функции инновации. 4. Классификация инноваций.	2	2		
2	<b>Тема 2. Инновационный процесс и показатели инновационной деятельности.</b> 1. Понятие и структура инновационного процесса. Жизненный цикл инновации. 2. Анализ реализации инновационного процесса. 3. Показатели инновационной деятельности организации.	2			
3	<b>Тема 3. Инновационные стратегии и типы конкурентного поведения организаций</b> 1. Понятие и виды инновационных стратегий. 2. Конкурентное поведение :понятие и виды. 3. Методика идентификации.	2			проектная работа
4	<b>Тема 4. Проектирование инновационных преобразований. Анализ и оценка инновационного потенциала и климата организации.</b> 1. Проектирование инновационных преобразований. 2. Инновационные цели и инновационный потенциал организации. Инновационный климат. Инновационная позиция организации. SWOT- анализ. 3. Инжиниринг и реинжиниринг деловых процессов	2	2	2	проектная работа

5	<b>Тема 5. Инновационная политика государства</b> 1. Содержание и направление инновационной политики государства. 2. Методы и условия реализации инновационной политики государства. 3. Инновационный рынок и трансфер технологий. 4. Инновационная политика РБ и России: сравнительный анализ концепций.		2		коллоквиум
	<b>Тема 6. Маркетинг инноваций и наукоемкой продукции</b> 1. Специфика маркетинга инноваций. Стратегический и оперативный инновационный маркетинг. 2. Формирование потребительской ценности инноваций на основе поведения потребителей 3. Технологии продвижения инновационной продукции. 4. Управление маркетингом наукоемкой продукции.	2	2		проектная работа
	<b>Тема 7. Коммуникации в сфере инноваций</b> 1. Инновации как предмет исследования в журналистике. 2. Корпоративные коммуникации в сфере инноваций. 3. СМИ как инструмент популяризации инноваций в обществе.	2	2		Практическая работа: контент-анализ
	<b>Тема 8. Основные организационные формы инновационной деятельности.</b> 1. Формирование подразделений. Формы малого инновационного предпринимательства. 2. Межфирменная научно-техническая кооперация. 3. Инновационная деятельность региональных научно-технических центров. 4. Понятие электронного бизнеса и его виды. 5. Системы и формы электронной коммерции. 6. Коммерческая деятельность в сетях.	2	2		
	<b>Тема 9. Источники финансирования инновационной деятельности</b> 1. Понятие венчурного капитала и его функции. Приоритеты венчурного инвестирования. 2. Классификация рисков. 3. Основные подходы к снижению инвестиционных рисков. 4. Лизинговый механизм финансирования обновления оборудования. Налоговый механизм стимулирования инноваций.	2	2		



## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ЛИТЕРАТУРА

#### ОСНОВНАЯ

1. *Андрейчиков, А. В.* Стратегический менеджмент в инновационных организациях: системный анализ и принятие решений / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Вуз. учебник : ИНФРА-М, 2013. – 394 с.
2. *Аньшин, В.М.* Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. / В. М. Аньшин. М.: Дело, 2006.
3. *Балабанов, И. Т.* Инновационный менеджмент. СПб: Питер, 2001.
4. *Гунин, В. Н.* [и др.] Управление инновациями: 17-модульная программа «Управление развитием организации». Модуль 7. М.: ИНФРА, 1999.
5. *Дадалко, С. В., Кадинова Е. Р.* Инновационная деятельность в Республике Беларусь / С. В. Дадалко. Мн.: Армита - Маркетинг, Менеджмент, 2000.
6. *Ковалев, Г. Д.* Инновационные коммуникации: учебное пособие для вузов / Г.Д. Ковалев. ЮНИТИ, 2000.
7. *Климченя, Л. С.* Электронная коммерция / Л. С. Климченя. Мн.: Высшая школа, 2004.
8. *Кряклина, Т. Ф.* Профессиональные компетенции менеджера инновационного типа / Т. Ф. Кряклина, Т. Г. Строителева, С. В. Реттих ; Автоном. некоммерч. орг. высш. проф. образования "Алт. акад. экономики и права (ин-т)". – Барнаул : Изд-во ААЭП, 2012. – 115 с.
9. *Медынский, В. Г.* Инновационный менеджмент: учебник по спец. «Менеджмент организации» / В. Г. Медынский. М.: Инфра, 2005.
10. *Ойхман Е.Г., Попов Э.В.,* Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. - М.: Финансы и статистика, 336 с.
11. *Разработка и принятие решения в управлении инновациями / И. Л. Туккель.* – СПб. : БХВ-Петербург, 2011. – 342 с.
12. *Хаммер М., Чампи Дж.* Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. /Под ред. и с предисл. В.С. Каткало. - СПб.: Издательство С. - Петербургского университета, 332 с.
13. *Шпак, Г. Б.* Инновационный менеджмент: учебное пособие / Г. Б. Шпак. Хабаровск, 2005.
14. *Янсен, Ф.* Эпоха инноваций / Ф. Янсен. М. 2002.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. *Ахиезер, А. С.* От культурологического к социокультурному анализу инновации в обществе / Ахиезер А. С. Вестник МГУ, Сер.12. 1996. №2.
2. *Гройс, Б.* Инновация как вторичная обработка. / Б. Гройс. // Сборник «Мысль изречённая». М., 1991.
3. *Глазьев, С. Ю.* Теория долгосрочного технико-экономического развития./ С. Ю. Глазьев. М.:ВлаДар, 1993.
4. *Кондратьев Н. Д.* Избранные сочинения / Н. Д. Кондратьев. М.,1993.
5. *Мальцева, А.А.* Роль интеллектуального капитала технопарков в обеспечении их эффективного функционирования / А. Мальцева // Проблемы теории и практики управления. - 2015. - № 4. - С. 54-62.
6. *Поскряков, А. А.* Инновативная культура: поиск «экодинамики» / А. А. Поскряков // Научная сессия МИФИ-2000: сборник научных трудов. Т. 6. М., МИФИ, 2000.
7. *Яковец, Ю. В.* Эпохальные инновации 21в. / Ю. В. Яковец. М.: «Экономика», 2004. С. 9–19.

## ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

№	Тема	Вид семинара
1	Теоретические основания инноватики. Экономический и социокультурный контекст	Направленная дискуссия
2	Проектирование инновационных преобразований	Работа в малых группах с конкретными ситуациями
3	Инновационная политика государства	Коллоквиум
4	Основные организационные формы инновационной деятельности	Направленная дискуссия

### ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

#### УСР 1 к теме 3.

**Цель** – отработать навыки применения морфологической матрицы для диагностики организации с целью определения типа конкурентного инновационного поведения.

**Задание**

1. Выберите одно из предприятий, действующих на территории Республики Беларусь и проведите ситуационный анализ.
2. Постройте матрицу идентификации предприятия по типу стратегического конкурентного инновационного поведения.
3. Сделайте вывод относительно типа выбранной инновационной стратегии.
4. Результаты проделанной работы оформите в соответствии с требованиями.

#### УСР 2 к теме 4.

**Цель** – отработать процедуру формулирования инновационной цели, построения дерева целей, оценки инновационного потенциала, инновационного климата и инновационной позиции организации.

**Задание:**

1. Оцените предложенные формулировки инновационных целей, найдите ошибки и исправьте.
2. Выбрать предприятие. Провести отраслевой анализ.
3. Постройте матрицу SWOT-анализа для определенного предприятия и оцените его инновационную позицию.

**УСР 3 к теме 6**

**Цель** – разработать план и инструменты продвижения, наукоемкой продукции на рынок.

**Задание:**

1. Выбрать наукоемкий продукт
2. Провести ситуационный анализ
3. Разработать проект продвижения наукоемкого, высокотехнологичного продукта (услуги, технологии) (из любой сферы): описание продукта (услуги), краткий анализ рынка и существующих товаров – заменителей, преимущества использования, какие задачи решает, описание целевой аудитории, какие методы продвижения можно использовать, проект PR и рекламной поддержки (с текстами)
4. Результаты оформить в соответствии с требованиями преподавателя.

**УСР 4 к теме 7**

**Цель** – определить степень представленности инновационной тематике в белорусских электронных и традиционных СМИ

**Задание:**

1. Провести контент-анализ электронных, традиционных СМИ.
2. Результаты представить в виде аналитической записки.

**ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ  
УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Для диагностики компетенций студентов по дисциплине в рамках промежуточного и итогового контроля рекомендуется использовать проектную работу, коллоквиум, практическую работу (контент-анализ).

Рекомендуемая форма отчетности – зачет.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Менеджмент	Кафедра социальной коммуникации	нет	протокол № 13 от 23.05.2016 г.);
Маркетинг	Кафедра социальной коммуникации	нет	протокол № 13 от 23.05.2016 г.);
Маркетинговые исследования	Кафедра социальной коммуникации	нет	протокол № 13 от 23.05.2016 г.);

### ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 20 \_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой  
д. филос. н., профессор \_\_\_\_\_ Я.С. Яскевич  
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета философии и социальных наук  
к. ист. н., доцент \_\_\_\_\_ В.Ф. Гигин  
(подпись)