

# ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование теоретических знаний и практических навыков по организации и управлению инновационной деятельностью современных организаций с технологических, организационных, управленческих, инвестиционных и социально-психологических позиций.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационный менеджмент» относится к базовой части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Инновационный менеджмент» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Микроэкономика, макроэкономика», «Основы кадровой политики и кадрового планирования», «Политология», «Правоведение», «Трудовое право», «Управление человеческими ресурсами», «Государственное регулирование экономики», «Концепции и модели управления», «Маркетинг», «Менеджмент», «Национальная экономика», «Основы предпринимательства и бизнеса», «Принятие управленческих решений», «Проектирование систем управления человеческими ресурсами», «Рекрутмент персонала», «Система карьерного роста персонала», «Социальное страхование», «Страхование в трудовой сфере», «Финансы организации», «Экономика организации», прохождения практики «Ознакомительная практика».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Операционный менеджмент», «Управление социальным развитием персонала», «Эффективность трудовой деятельности», «Стратегическое управление организацией», «Управление проектами в трудовой сфере», прохождения практик «Преддипломная практика», «Технологическая (проектно-технологическая) практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10);
- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- теоретические аспекты возникновения и становления инновационного менеджмента;
- классификации инноваций и их роль в экономическом развитии страны;

### *уметь*

- разрабатывать управленческие решения и обосновывать выбор оптимального, исходя из критериев социально-экономической эффективности и экологической безопасности инновации;
- профессионально вести управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентнолицензионную работу, связанную с инновационной деятельностью в организации;

### *владеть*

– основами нормативно-правового регулирования инновационной деятельностью организации;

– методами анализа состояния инновационной сферы организации.

#### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 24 ч., СРС – 84 ч.),

распределение по семестрам – 7,

форма и место отчётности – зачёт (7 семестр).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Теоретические основы инновационного менеджмента.

Основные понятия инновационного менеджмента. Цели и виды инноваций, их классификации. Характеристика инновационной деятельности. Развитие и современное состояние инновационного менеджмента. Роль менеджера в инновациях. Цель и задачи инновационного менеджмента. Система и взаимосвязь основных функций инновационного менеджмента. Планирование, организация, коммуникации, контроль, мотивации в инновационном менеджменте. Роль государства в стимулировании инновационных процессов. Роль экономического механизма и административного ресурса в инновационном процессе. Основные направления государственной инновационной политики. Государственные инновационные программы. Методы государственной поддержки инновационной деятельности.

Управление инновационной деятельностью организации.

Стратегический инновационный маркетинг: цели и задачи. Регулярный и санационный маркетинг. Тактический инновационный маркетинг. Маркетинг новых технологий. Системы сбыта новых продуктов. Конкуренция и ее инновационная роль. Реклама и ее роль. Сущность планирования инноваций: задачи, принципы, система планирования, периодичность. Система внутрифирменного планирования инноваций, классификации и виды. Стратегическое и оперативное планирование. Процесс внутрифирменного планирования. Кадры инновационных предприятий. Роль и функции кадров. Классификация кадров. Профессиональная структура. Оценка деятельности. Организация труда кадров инновационного предприятия. Особенности и условия труда научных кадров. Нормирование и оплата труда научных кадров. Мотивация и стимулирование труда. Цели и задачи менеджмента в сфере управления затратами. Состав и структура инновационных затрат. Факторы, определяющие величину инновационных затрат. Механизм управления затратами. Общая схема управления затратами. Анализ затрат и их планирование. Контроль затрат в инновационной сфере. Учет и распределение затрат. Ценообразование в инновационной сфере: принципы и структура. Контрактные (договорные) цены на инновационную продукцию.

#### **6. Разработчик**

Самсонова Марина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ»,  
Бунина Анастасия Витальевна, ассистент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».