

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ по дисциплине
«Инновационно-технологический бизнес»
для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) Управление бизнесом и инновациями

Ставрополь, 2026

Методические указания содержат задания к практическим занятиям, требования и методику их выполнения по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) Управление развитием бизнеса и инновациями.

СОДЕРЖАНИЕ

Практическая работа 1. Инновационное и технологическое предпринимательство: основные понятия и определения (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 2. Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 3. Построение бизнес-модели инновационного проекта

Практическая работа 4. Маркетинг. Оценка рынка . Основы маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 5. Маркетинг. Оценка рынка. Оценка рынка и целевой сегмент (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 6. Разработка продукта и выводение его на рынок (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 7. Риски инновационных проектов и методы управления ими. Понятие риска, его основные элементы.

Практическая работа 8 Риски инновационных проектов и методы управления ими . Основные методы оценки рисков и управление ими (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 9. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Практическая работа 10. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 11 Инфраструктура поддержки инновационной деятельности (выполняется самостоятельно)

Практическая работа 12. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование (выполняется самостоятельно)

ВВЕДЕНИЕ

Целью дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в сфере коммерциализации сложных технологий, организации процесса инновационно-технологического предпринимательства и реализации управления инновационными проектами.

В процессе преподавания и самостоятельного изучения студентами дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» должны быть достигнуты следующие учебные задачи:

-ознакомить студентов с основными понятиями и категориями коммерциализации инновационных технологий;

-сформировать у студентов базовый комплекс знаний и практических навыков в области описания инновационных технологий и их представления потенциальным инвесторам;

-развить у студентов умения квалифицированно использовать основные методы аналитического инструментария для продвижения сложных наукоемких технологий.

Задачами дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» является: изучение и освоение на практике методов работы в ключевых аспектах ведения профессиональной деятельности:

- получение знаний о методах, формах и инструментах предпринимательской деятельности в сфере наукоемких технологий;

- овладение практическим опытом разработки проектов новых бизнесов на основе инноваций в сфере наукоемких технологий;

- реализация полученных навыков и умений в рамках проектной деятельности

В результате освоения данной дисциплины формируется следующая компетенция у обучающегося:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-4 Способен разрабатывать бизнес-проекты с учетом инновационно-инвестиционных решений стратегического развития бизнеса и управлять их реализацией в цифровой среде	ИД-2. ПК-4. Способен выявлять инновационные направления развития бизнеса и внедрять их	Знание современных концепций инновационного развития бизнеса и особенностей маркетинговой деятельностью инновационных предприятий в сфере технологического предпринимательства и их финансового обеспечения, позволяет разрабатывать модель коммерциализации инновационного продукта и/или услуги с учетом оценки экономической эффективности инновационного проекта, используя при этом методы разработки оптимальной структуры финансирования инновационной организации с учётом её особенностей.

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к практическим занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты, материалы статистических сборников.

Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Задания для практических занятий по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» представлены в соответствии с тематикой рабочей программы.

Практическая работа 1. Инновационное и технологическое предпринимательство: основные понятия и определения (выполняется самостоятельно)

Цель: сформировать навыки и умения работы с нормативно-правовыми актами, изучить основные понятия и определения технологического предпринимательства

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: определение технологического предпринимательства и предпринимателя, формы и виды предпринимательской деятельности; роль предпринимателя в инновационном процессе, сущность и свойства инноваций

уметь: отличать идеи и изобретения от инноваций;

владеть: навыками построения модели инновационного процесса.

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2. ПК-4.

Теоретическая часть

Технологическое предпринимательство — создание нового бизнеса, в основу устойчивого конкурентного преимущества которого положена инновационная высокотехнологичная (научоёмкая) идея. От других форм предпринимательства (социального или индивидуального) технологическое предпринимательство отличается тем, что создание новых продуктов или услуг в этом случае напрямую связано с использованием новейших научных знаний и/или технологий, правами на которые обладает компания-разработчик. Из-за специфики производимых продуктов и услуг — высокоспециализированных знаний в различной форме, — а также используемых наукоемкими фирмами ресурсов — интеллектуального капитала — «производственные процессы» в них серьезно отличаются от процессов производства материальных продуктов и строятся по принципам стартапа.

Предпринимательство в сфере инноваций отделилось в обособленную форму в 1990-х годах, когда в Кремниевой долине стали появляться и работать первые высокотехнологические стартапы. Впервые внимание было уделено пути от зарождения идеи до конечной цели — коммерциализации. Существует множество определений понятия предпринимательства в области инновационных технологий, но все они соответствуют утверждению, что такая форма деятельности заключается в синтезе смежных областей бизнеса и инноваций. От традиционных форм предпринимательства технологическое существенно отличается.

Отличительные черты:

- «Предложение рождает спрос». Инновации не связаны с запросами общества, наоборот, развитие общества и технологий зависит от новшеств, приносимых посредством инновационных проектов. Технические инновации предлагаются потребителю и получают успех, когда оказываются эффективными и полезными.

- Эффективность инновации проявляется не в снижении затрат производителя, а в новых качествах или свойствах продукта (технологии, структуры и т.д.).

- Определяющей мотивацией для синтеза инновации выступает создание нового полезного продукта, а не получение прибыли.

Задание 1

Приведите примеры новых или усовершенствованных технологических процессов, которые вы знаете.

Приведите примеры инновационных продуктов — товаров и услуг.

Приведите пример компании, которая предоставляет своим клиентам инновационные товары и услуги.

Задание 2

Приведите еще несколько примеров изобретений, которые не смогли быть реализованы в коммерчески успешные продукты.

Как вы думаете, в чем основные причины этих неудач?

Задание 3

Поясните, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса (push или pull) относятся процессы, связанные с созданием приведенных ниже продуктов.

Светодиодный фонарь.

Нержавеющая сталь.

Кондиционер.

DVD-диски.

Задание 4

Приведите примеры подрывных инноваций и «взорванных» ими рынков. Продумайте, могут ли подрывные инновации стать основой для создания вашего инновационного проекта или инновационного стартапа?

Задание 5

Приведите примеры предприятий, функционирующих в вашем городе по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

- производственное
- коммерческое
- посредническое
- страховая деятельность
- финансовое

Задание 6

На основе задания 1 заполните таблицу, отражающую основные характеристики перечисленных видов предпринимательской деятельности

Сфера предпринимательской деятельности	Основные функции предпринимателя	Особенность производимого товара (услуги)	Основное поле деятельности	В чем сложность организации бизнеса
- производственная				
- коммерческая				
- посредническая				
- страховая				
- финансовая				

Вопросы к практическому занятию:

1. Определение технологического предпринимательства и предпринимателя.
2. Формы и виды предпринимательской деятельности.
3. Характеристика и этапы предпринимательского процесса.
4. Инновационная направленность предпринимательской деятельности.
5. Классификация инноваций по уровню изменения рынков
6. Классификации инноваций по основным техническим параметрам, сфере распространения, преемственности, охвату и времени выхода на рынок
7. Классификация инноваций по месту в процессе производства и сфере применения

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 2. Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды (выполняется самостоятельно)

Цель: отработать практические навыки создания проектной команды на основе личных особенностей участников, распределения функций в команде для реализации группового проекта.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: преимущества командного подхода к управлению проектами и особенности командообразования в этой области управления;

уметь: управлять процессом формирования команды проекта и оценивать эффективность работы команды проекта

владеть: навыками формирования эффективной команды проекта.

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2. ПК-4.

Теоретическая часть

Чтобы инновационный проект оказался успешным, должны быть выполнены следующие условия: удачная идея, наличие партнеров или инвесторов, достаточный ресурс времени и пр. Однако самый важный фактор — это профессиональные и личные качества и компетенции участников проектной команды, реализующей данный проект. Если участники проекта понастоящему креативны и талантливы, если они «горят» своей идеей и готовы поддерживать друг друга, то они наверняка смогут добиться успеха.

Основными чертами малой группы являются: немногочисленность; наличие структуры; определенность количественного и качественного состава группы; наличие у каждого из членов группы статуса/ положения в группе; непосредственное общение между членами группы.

Процесс формирования проектной команды включает в себя 4 этапа.

Этап 1. Создание ядра команды. Этим ядром может быть носитель идеи, менеджер проекта, а в идеале — их сочетание

Этап 2. Формирование стратегии команды

Этап 3. Подбор участников и распределение ролей

Этап 4. Формирование командного духа и субкультуры команды

Задания

Задание 1

Попробуйте ответить на следующий простой тест (табл. 1). Поставьте галочки в каждой строке в соответствии с вашим ответом на вопрос. Если вы ответили «да» хотя бы на пять вопросов, вы вполне готовы формировать команду в удаленном режиме. Сделайте акцент на тех вариантах ответов, где вы указали «нет» или «не знаю», — возможно, вы обнаружите те проблемы и «узкие места», над которыми вам стоит поработать.

Тест на способность формирования команды в удаленном режиме

Вопрос	Да	Нет	Не знаю
Вы умеете четко формулировать свои мысли и стараетесь всегда понять мнение других?			

В процессе онлайнобщения вы всегда остаетесь самим собой, не пытаетесь изобразить из себя кого-то другого?			
Вы готовы сотрудничать с людьми, даже если знаете их не очень хорошо?			
Вы способны выслушать критику от малознакомых людей без встречных претензий и упреков, но и не впадая в отчаянье?			
Вы умеете сопереживать людям, которых никогда лично не видели?			
Вы выполните любое задание в срок, даже если никто вас не будет контролировать?			

Задание 2

Выберите два-три лозунга для своей команды, которые, на ваш взгляд, помогут сформировать командный дух. Дайте обоснование выбору.

Победа любой ценой!
Порядок прежде всего!
Один за всех и все за одного!
Пленных не брать!
Каждый имеет право на ошибку!
Не боги горшки обжигают!
Все или ничего!
Свобода или смерть!
Без борьбы нет победы!
Через тернии к звездам!
Ни шагу назад!
Нет предела совершенству!
Лучшее — враг хорошего!
Здесь и сейчас!
Тише едешь, дальше будешь!

Задание 3

Команда из шести человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 50 человеко-часов. Заказ принес компании 1 200 000 рублей. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-ч ас.

Тесты

- Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе:
 - Пассажиры поезда.
 - Работники парикмахерской.
 - Рабочие строительной бригады.
- Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера:
 - Харизма.
 - Умение правильно распределять роли.
 - Либерализм.
- На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:
 - Однозначно да.
 - Да, если время и место были согласованы со всеми заранее.
 - Нет, это объективные причины.
- В группе низкая экспансивность, это:

- А. Мешает сформировать команду.
 - В. Помогает сформировать команду.
 - С. Никак не скажется на формировании команды.
4. Работа в команде имеет следующее преимущество:
- А. Снижает время на принятие решений.
 - В. Упрощает процесс распределения прибыли.
 - С. Повышает креативность.
5. Создание онлайнкоманды (без очных встреч):
- А. Неизбежно.
 - В. Возможно.
 - С. Невозможно.
6. К заповедям формирования командного духа относится:
- А. Безоговорочное подчинение.
 - В. Совместная работа.
 - С. Отказ от увольнения работников.
7. Командный дух предполагает:
- А. Чувство общности.
 - В. Четкое выполнение инструкций.
 - С. Отсутствие лидера.

Вопросы к практическому занятию:

1. Как создать команду?
2. Командный лидер.
3. Распределение ролей в команде.
4. Как мотивировать команду? Командный дух.
5. Развитие команды.

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 3. Построение бизнес-модели инновационного проекта

Цель: дать студентам теоретические знания и практические навыки, связанные с генерированием бизнес-идей, их последующим развитием и преобразованием в бизнес-модель

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: источники и методы поиска бизнес-идей, понятие бизнес-модели, основные шаблоны, используемые для построения бизнес-моделей

уметь: формулировать бизнес-идеи, строить бизнес-модели

владеть: методами активного и пассивного поиска бизнес-идей, навыками построения бизнес-моделей

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2.ПК-4.

Теоретическая часть

Бизнес-модель — это представление о том, как компания/стартап делает (или намеревается сделать) деньги.

Сформировать её помогут ответы на следующие вопросы:

- Что продаёте?
- Кому продаёте?
- Почему вам будут за это платить?

- Как вы донесёте эту ценность до клиента?

Методики построения бизнес-модели, как и методики построения стартапа, реализуются двумя основными способами:

- **От ваших компетенций (или продукта)** — вы отталкиваетесь от тех компетенций, которые у вас есть, или продукта, который сделали. Это Продукт-ориентированный подход, т.е. «Сделайте классный продукт, а покупатель найдётся»

- **От потребителя** — отталкиваетесь от запросов и желаний клиента и разработки продукта под конкретные пожелания. Это клиент-ориентированный подход «Customer development».

Существует два основных канваса (холста) для бизнес-моделей: Шаблон бизнес-модели Александра Остервальдера и «бережливый шаблон» Эша Маурья.

Для технологических стартапов больше подходит бизнес-канвас Александра Остервальдера, который состоит из трёх основных блоков: левый говорит про ресурсы, необходимые стартапу для создания потребительской ценности (ценностного предложения), расположенного посередине. Справа написано всё о клиенте.

Рекомендации по описанию бизнес-модели:

- Сформулируйте ключевую рыночную ценность
- Опишите механизмы коммерциализации (монетизации) проекта
- Определить целевые рыночные сегменты и способы взаимодействия с ними
- Определить ключевые ресурсы (финансовые, организационные и материальные)
- Опишите способы формирования денежных потоков и скорость их поступления

Бизнес-модель является "скелетом" компании. Все процессы внутри компании описываются её бизнес-моделью и подчиняются ей. На начальном этапе жизнедеятельности компании необходимо запустить эти процессы и удостовериться, что они не конфликтуют между собой, а ведут компанию к получению прибыли. Возникает потребность в некотором универсальном алгоритме по проверке бизнес-моделей, но для того, чтобы бизнес-модель можно было быстро проверить и описать её необходимо шаблонизировать.

Задание 1.

Компания X-prank (численность — пять человек) выводит на рынок услугу, связанную с поиском пропавших вещей. Уникальность услуги заключается в специальном программном обеспечении, позволяющем со смартфона или планшета устанавливать связь с потерянной вещью без специальных устройств. Суть технологии заключается в создании базы данных физических свойств объекта (материал, температура, размер, масса и т. п.). Посредством специально установленного приложения любое мобильное устройство может сканировать внешнюю среду по заданным параметрам и находить утерянную вещь.

Заполните таблицу в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

Элемент бизнес-модели	Описание элемента (пример ответа)
Ценностное предложение	
Формула прибыли	
Ключевые ресурсы	
Ключевые процессы	

Задание 2.

Кейс «Построение бизнес-модели по шаблону А. Остервальдера для компании «Цветочный рай»».

Компания «Цветочный рай» — это стартап, представляющий собой интернетплатформу по продаже цветов, цветочных композиций, фруктовых букетов и т. п. Платформа работает с сегментами B2C (покупатели, частные производители/дизайнеры/флористы) и B2B (организации).

Численность стартапа — три человека, находится в СанктПетербурге.

Бизнесидея стартапа — предоставление сервиса для покупки уникальных дизайнерских композиций из цветов и фруктов. Для частных заказов сервис будет бесплатным, для мастеровизготовителей — платным.

Опираясь на вопросы и описания девяти блоков, представленные в лекциях, сформируйте шаблон бизнеса, ответив в том числе на следующие вопросы:

В чем состоит ценностное предложение вашего проекта?

Кто является потребителем вашего проекта?

Какая работа должна быть сделана

Для решения ключевых проблем или удовлетворения ключевых потребностей целевых потребителей?

Каким образом ваш проект может удовлетворить потребности или решить проблемы потребителя?

Какие преимущества получит потребитель, воспользовавшись вашим проектом?

Задание 3

Используя данные таблицы 1 - Девять структурных блоков шаблона бизнес-модели А. Остервальдера необходимо заполнить таблицу 3 по своей бизнес – идее в сфере инновационного/технологического предпринимательства, или в сфере традиционного (торговля, производство, оказание услуг и прочее)

Элемент бизнес-модели	Описание элемента
1. Потребительские сегменты	
2. Ценностное предложение	
3. Каналы сбыта	
4. Взаимоотношения с клиентами	
5. Потоки поступления дохода	
6. Ключевые ресурсы	
7. Ключевые виды деятельности	
8. Ключевые партнеры	
9. Структура издержек	

Вопросы к практическому занятию:

1. Дайте определение понятию Бизнес-модель
2. Назовите отличительные черты концепции бизнес-моделирования
3. Какими параметрами определяется эффективная бизнес-модель
4. Какие блоки содержит шаблон бизнес-модели А.Остервальдера
5. Особенности трансформации бизнесмодели в бизнесплан.

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 4. Маркетинг. Оценка рынка. Основы маркетинговых

исследований для высокотехнологичных стартапов (выполняется самостоятельно)

Цель: закрепить и конкретизировать теоретические знания по теме; научиться проводить маркетинговые исследования в сфере инноваций, изучить методы и подходы к оценке рынка в разных отраслях.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: виды маркетинговых исследований, методы маркетингового анализа рынка

уметь: подготовить краткий маркетинговый анализ рынка; выделить факторы макро- и микросреды, влияющие на данный рынок

владеть: навыками оценивания размера целевого сегмента

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

Маркетинговые исследования позволяют предприятию избежать принятия решений в условиях абсолютного отсутствия информации. Результатом проводимых маркетинговых исследований является маркетинговая информация или данные о рынке и окружающей среде компании.

Основные виды маркетинговых исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные виды маркетинговых исследований

Вид	Суть	Результат
Исследование рынка	Подразумевает определение его масштабов, географии, структуры спроса и предложения, а также факторов, которые влияют	Понимаем, насколько велик рынок, насколько он доступен, насколько привлекателен
Изучение сбыта	Определяются каналы продаж, изменения показателей в зависимости от географического признака	Понимаем, каким образом лучше доводить товар/услугу до покупателя, что влияет на его конечную стоимость
Маркетинговое исследование товара и конкурентов	Изучение свойств изделий как отдельно, так и в сравнении с аналогичными продуктами конкурентов	Понимаем, в чем заключаются наши конкурентные преимущества. Предполагает исследование конкурентов и их предложения
Маркетинговые исследования потребителей ²	Подразумевают их количественный и качественный состав (пол, возраст, профессия, семейное положение и т. д.)	Можем понимать, в чем именно потребность потребителей, как ее удовлетворить и сформировать лояльность

Информация, используемая для маркетинговых исследований, бывает первичной и вторичной, количественной и качественной и собирается различными методами маркетинговых исследований.

Особенность высокотехнологичных стартапов и предприятий заключается в основном в том, что предлагаемые ими товары или услуги представляют собой, как правило, новые, неизвестные рынку технологии. В случае если предлагаемая разработка действительно инновационная и не имеет аналогов, руководство высокотехнологичных компаний и стартапов сталкивается с ситуацией, что рынок и даже отрасль еще не существуют.

Конкуренты — группы лиц или организаций, поставляющих на рынок аналогичные товары и услуги. В любом бизнесе мы можем найти разные виды конкурентов: прямые, косвенные и потенциальные конкуренты.

Исследование конкурентов в высокотехнологичном предпринимательстве нередко

приводит к ситуации, что прямые конкуренты отсутствуют. Если разработка действительно инновационна, то данная ситуация логична. И она же и становится типичной ошибкой начинающих руководителей стартапа, которые смело заявляют, что конкуренция отсутствует вообще!

Задания

Задание 1

Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

1. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.
2. Компания разрабатывает приложение, в котором можно найти информацию об имеющихся поблизости удобствах для родителей с маленькими детьми (пеленальные комнаты, рестораны с детским питанием, аптеки и т. д.). Необходимо изучить модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного приложения.
3. Компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения. Необходимо принять решение о целесообразности данных вложений.

Задание 2

Укажите, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

1. Компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания, помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей.
2. Компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

Задание 3

Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. В группах придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.

1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а также вся инфраструктура для автоматизированной работы. Наиболее показательный пример: использование дистанционного контроля для лечения заболеваний, системы «умный дом» и другие.
2. Передовая робототехника. Представляет собой не только производственную робототехнику, но и множество различных систем, включая экзоскелеты, которые увеличивают физические возможности человека, например, людей с ограниченными возможностями.
3. Накопление и хранение энергии. Прогресс в технологиях накопления и хранения энергии позволит сделать более экологически чистые гибридные автомобили полноценными конкурентами традиционных, стабилизировать работу электросетей и упростить процесс электрификации труднодоступных регионов.
4. Трехмерная печать. Представляет собой метод послойного создания физического объекта на основе виртуальной трехмерной модели. За четыре года стоимость домашнего принтера 3D-печати упала в 10 раз.
5. Высокотехнологичные материалы и новые материалы с новыми свойствами. Например, нанолечения, суперконденсаторы, сверхъёмкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

Задание: необходимо выстроить следующую логическую цепочку при описании их гаджета будущего: описание тренда (это может быть более локальный тренд внутри предлагаемых групп) — описание изменений, которые с ним связаны, новые потребности или возможности пользователей — описание гаджета/устройства, которое сможет удовлетворить новые потребности, возникшие из-за тренда, — описание его применения в повседневной жизни.

Задание 4

Назовите прямых и косвенных конкурентов для следующих компаний, и продуктов:

1. BMW.
2. Apple iPhone.
3. Skype.

Задание 5

1. Необходимо обосновать выбор вида маркетингового исследования, которое необходимо провести в первую очередь для своей бизнес-идеи, указав цель и задачи его проведения

2. С какой информацией вы будете работать при проведении маркетингового исследования, указанного в п. 1 (первичная или вторичная, количественная или качественная). Приведите примеры информации.

3. Назовите прямых и косвенных конкурентов вашей бизнес-идеи (товара/услуги)

Вопросы к практическому занятию:

1. Виды маркетинговых исследований
2. Макро- и микросреда компании
3. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов
4. Типы информации, получаемой во время маркетингового исследования

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 5. Маркетинг. Оценка рынка. Оценка рынка и целевой сегмент (выполняется самостоятельно)

Цель: формирование практических умений и навыков по расчету и оценке размеров (емкости) рынка и потенциального объема продаж; составлению схемы распределения товаров по основным каналам сбыта; оценке основных конкурентов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: понятие сегмента рынка и основные признаки сегментации рынка; основные каналы сбыта продукции

уметь: производить оценку основных конкурентов составлять схему распространения товаров по основным каналам сбыта;

владеть: навыками оценивания размера целевого сегмента

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

Сегментирование – это деление потребителей на группы в соответствии с рядом устойчивыми признаками, называемых маркетинговыми "признаками сегментирования". Необходимость сегментирования обусловлена необходимостью выбора оптимального сегмента для позиционирования продукта на рынке. В процессе сегментирования происходит

формирование сегментов потребительского рынка, устойчивых по своим объединяющим признакам и обладающих набором выраженных характеристик для успешного позиционирования продуктов.

Без четкого портрета потенциального клиента нельзя грамотно скомпилировать коммерческое предложение для реализации товара или услуги и еще сложнее правильно адресовать его. Портрет потенциального покупателя – это целевая аудитория, которой, скорее всего, будет интересно ваше предложение. Составляется он с использованием максимального количества информации о потребительском спросе на продукт.

Существует два направления бизнеса – b2b и b2c. Первый вариант – это бизнес для бизнеса, а второй – для покупателей. В первом случае, как правило, вопрос о составлении портрета целевой аудитории не стоит, поскольку аудитория всем известна, остается лишь сконцентрировать усилия на привлечение клиентов. А вот второй случай – это то, о чем пойдет речь далее. Для b2c всегда важно правильно определять аудиторию, вне зависимости от того, онлайн это бизнес или офлайн. Портрет потребителя пример Кроме того, важно знать, что целевая аудитория для определенной деятельности может быть не одна. Опытные специалисты всегда выделяют для работы основную группу и несколько второстепенных

Портрет потенциального клиента – это комплексный собирательный образ человека, интересующегося вашим предложением. При создании этого образа вы визуальное «рисуете» в голове целевого покупателя, на которого будет ориентирована вся маркетинговая деятельность вашей организации. Портрет целевой аудитории может обладать огромным количеством разнообразных характеристик, потому что чем их больше, тем правдивее получится образ.

Любой маркетолог, впервые столкнувшийся с задачей описания целевой аудитории, задает себе несколько вопросов:

Как определить, кто является целевой аудиторией организации?

В какой период разработки стратегии необходимо выбирать ЦА?

Откуда брать данные для составления социального портрета потребителя?

Какие существуют характеристики для создания образа покупателя?

Насколько подробно нужно делать описание?

Задания

Задание 1

Заполните схему сегментации рынка, используя приведенные ниже составляющие схемы (рис.):

Возраст.

Стиль жизни.

Регион.

Пол.

Личные качества (индивидуализм или групповая мотивация).

Уровень дохода.

Город или сельская местность.

Размер семьи.

Степень нуждаемости в продукте.

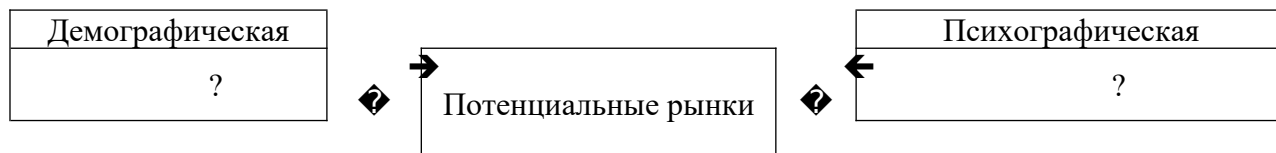
Плотность населения.

Профессия.

Численность населения.

Климат.

Поиск выгод при покупке изделия.



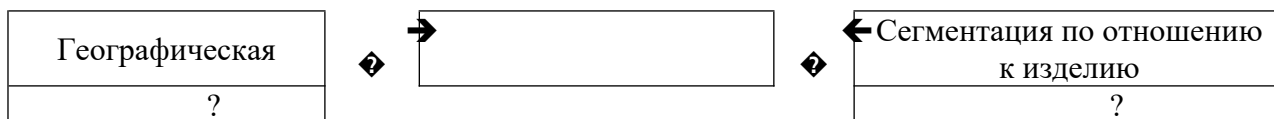


Рисунок - Схема сегментации рынка

Задание 2

Заполните в нужном порядке представленную блок-схему сегментационного подхода (рис.).

1. Выбор потребительского сегмента.
2. Создание соответствующего плана маркетинга.
3. Определение характеристик и требование потребителей в отношении товаров и услуг, предлагаемых компанией.
4. Разработка профилей групп потребителя.
5. Анализ сходства и различия потребителей.
6. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.



Рисунок - Блок-схема сегментационного подхода

Задание 3

Проведите сегментацию рынка и потребителей для своей идеи, сформулированной в работе 1.

Вопросы к практическому занятию:

1. Что такое сегментирование? Какие этапы включает процесс сегментирования?
2. Каковы основные характеристики рыночного сегмента?
3. Что подразумевается под целевым сегментом?
4. Верно ли, что, чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании?
5. Какие критерии используются для сегментации потребительских рынков, а какие для промышленных рынков? Есть ли общие критерии?
6. Какие методы используются при сегментировании?
7. Что оказывает влияние на выбор стратегии охвата рынка?
8. Какая стратегия предполагает охват наиболее крупной части одного или нескольких субрынков?
9. Если предприятие принимает решение активно действовать на нескольких сегментах рынка, какую стратегию оно использует?
10. Какой стратегии охвата рынка придерживается компания, если компания производит и продаёт один тип товара по единой цене, а реклама компании однотипна и предназначена для рынка в целом?

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 6. Разработка продукта и выведение его на рынок (выполняется самостоятельно)

Цель: изучить основные принципы процесса разработки высокотехнологичных продуктов или услуг, спланировать процесс разработки продукта и его вывода на рынок

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: понятие жизненного цикла продукта; основные принципы процесса разработки высокотехнологичных продуктов или услуг; классификацию потребителей целевого рынка
уметь: планировать процесс разработки продукта, моделировать поведение потребителей
владеть: методами разработки высокотехнологичных продуктов или услуг, навыками оценки емкости рынка и прогнозирования спроса на продукт.

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2. ПК-4.

Теоретическая часть

Жизненный цикл продукта охватывает все этапы существования продукта, от его «замысла» до утилизации по окончании жизненного цикла.

Стадии жизненного цикла продукта:

- Изучение рынка.
- Разработка продукта.
- Выход на рынок.
- Продажи.
- Обслуживание.
- Утилизация

Существуют две основных методологии разработки продукта — метод водопада и гибкая разработка. Для традиционной индустрии чаще используется метод водопада, для инновационных проектов — гибкая разработка.

Уровни готовности технологии:

1. Фундаментальные исследования выявили потенциал применения.
2. Определены возможные применения.
3. Получено экспериментальное подтверждение возможности применения на модели.
4. Прототип испытан в лабораторных условиях.
5. Прототип испытан в условиях, близких к реальным условиям.
6. Компоненты системы испытаны в реальных условиях.
7. Прототип всей системы прошел проверку в эксплуатационных условиях.
8. Система испытана и сертифицирована.
9. Штатная эксплуатация и сопровождение

Customer development — методика, согласно которой продукт обязательно должен решать проблему клиента, т. е. сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот. Данная концепция часто противопоставляется продукториентированному подходу («сделай классный продукт, а покупатель найдется»). Если стартапер слишком увлекся совершенствованием продукта и забыл о потребителях, проект обычно проваливается. На практике нужно соблюдать равновесие между разработкой продукта и изучением потребностей клиентов.

Задания

Задание 1

Микрокейс «Роботикум»

На этапе финальной полировки при производстве турбинных лопаток во всем мире используется ручной труд. Это связано с тем, что задача программирования робота, способного учитывать различные факторы (гибкость полировочной ленты, исходные шероховатости поверхности и пр.) для адаптивного управления обработкой, в мире пока не решена.

Санкт-Петербургская компания «Роботикум» разработала сложные нелинейные алгоритмы обратной связи, которые позволяют создать роботизированную ячейку для полировки турбинных лопаток.

В настоящее время работоспособность алгоритмов продемонстрирована на примере модели «бабочка» — управление удержанием шарика на поверхности сложной формы, с которой шарик скатывается.

Необходимо:

1. Определить, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум».
2. Описать, какому уровню готовности соответствует проект «Роботикум».
3. В рамках описанного примера ответьте на следующие вопросы:
 1. Что может являться продуктом для этого проекта?
 2. Как для этого продукта будет выглядеть MVP?
 3. Как будет поставлен процесс внесения изменений в продукт по результатам
4. В рамках описанного в микрокейсе «Роботикум» проекта ответьте на следующие вопросы:
 1. Какое административное противоречие решается продуктом проекта?
 2. Какое техническое противоречие решается продуктом проекта?
 3. Какое физическое противоречие решается продуктом проекта?

Задание 2

Определите, какой из методов разработки (метод водопада или гибкая разработка) наилучшим образом подходит для вашего продукта, и обоснуйте, почему.

Опишите основные требования к продукту.

Задание 3

Представим компанию X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоу-румы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Необходимо:

Смоделировать потребность в рассматриваемом товаре. Определить гипотетические барьеры. Проанализировать, насколько верны планируемые действия компаний. Для выполнения данного задания предварительно составьте «гайд-интервью с потребителем» (о чем будете беседовать — о потребностях, барьерах и пр.) и опросите 4–5 человек, потенциальных потребителей продукта.

Задание 4

На рынок РФ выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство — Южная Корея. Стоимость 36 000 рублей за штуку (одна комплектация).

Необходимо:

1. продумать коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы), активизирующие осознание потребности в подобном товаре (как убедить, что легче — значит лучше, что это действительно нужно?).
2. Подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — какое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации. Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.
3. Проанализировать влияние различных факторов на потребительское поведение указанного товара. Определить, каким образом можно использовать позитивные (с точки зрения рыночного успеха товара) аспекты влияния данных факторов и нивелировать негативные аспекты.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое жизненный цикл продукта?
2. Какие существуют техники разработки продукта?
3. Как можно улучшить характеристики существующих продуктов?
4. Какие существуют методы моделирования потребностей потребителей?

5. Как оценивать емкость рынка и прогнозировать спрос?
6. Какие существуют модели поведения потребителей?
7. Какие особенности продаж существуют для инновационных продуктов?

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 7. Риски инновационных проектов и методы управления ими. Понятие риска, его основные элементы.

Цель: изучить методы управления рисков и методы их снижения.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: понятие предпринимательского риска, их классификацию

уметь: выявлять факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска

владеть: навыками выявления и идентификация рисков

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

Функционированию и развитию многих экономических процессов присущи элементы неопределенности. Риск – деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи, отклонения от цели.

Основные элементы понятия риск, взаимосвязь которых составляет его сущность:

1) возможность отклонения от предполагаемой цели, ради которой осуществлялась выбранная альтернатива;

2) вероятность достижения желаемого результата;

3) отсутствие уверенности в достижении поставленной цели;

4) отсутствие уверенности в достижении поставленной цели.

Основными чертами риска являются: неопределенность, противоречивость (столкновение объективно существующих рискованных действий с их субъективной оценкой), альтернативность. В процессе деятельности субъекты хозяйствования сталкиваются с совокупностью различных видов рисков. Как правило, все виды рисков взаимосвязаны и оказывают влияние на деятельность предприятия. Эти обстоятельства затрудняют принятие решение по оптимизации риска и требуют углубленного анализа состава конкретных рисков.

Существует множество подходов к классификации рисков, которые определяются целями и задачами классификации. Среди факторов риска предприятия производственного типа можно выделить в зависимости от места возникновения внешние и внутренние. К внешним относятся факторы, обусловленные причинами, не связанными непосредственно с деятельностью данного предприятия. Внутренними будем считать факторы, появление которых порождается деятельностью самого предприятия.

Задания

Кейс: «ООО «Ундина»: производство мидий на Белом море».

ООО «Ундина» — инновационная компания, зарегистрированная студентами экономического и биологического факультетов МГУ имени М.В. Ломоносова в 2016 году с целью запуска проекта, имеющего целью постройку и запуск плантации по выращиванию марикультуры мидий на берегу Белого моря — учебно-научного центра МГУ, созданного для организации и проведения морских научных исследований в северном регионе, подготовки специалистов и проведения полевых студенческих практик. Главным препятствием для активного культивирования мидий в данном регионе сегодня является холодная вода и

ограниченное количество солнечных дней в году, что определяет длинный (3–4 года) цикл выращивания мидий, по сравнению с обычным циклом в 1–2 года.

Используемым способом выращивания мидий в толще воды является метод подвесной марикультуры.

Сбыт готовой продукции (производственная мощность проекта оценивается в 130 тонн/га) осуществляется путем непосредственного сотрудничества с конечными клиентами. Для организации процесса доставки закупаются необходимые средства для хранения и транспортировки, создаются необходимые складские помещения, нанимается соответствующий персонал.

Производственные площади будут находиться на Карельском побережье Белого моря. Предполагается, что плантация будет размещена в 5–7 километрах от поселка Приморского, что обеспечивает близость как к МГУ, так и к потенциальному клиенту — дайвинг-центру «Полярный круг». Данное расположение является удачным с точки зрения природных особенностей: остров Великий закроет плантацию от возможных льдин, а пролив Великая Салма обеспечит повышенную скорость перемещения потоков воды, что благоприятно скажется на росте мидий. Помимо этого, данное расположение обеспечит доступ к инфраструктуре.

Основные рынки сбыта готовой продукции

Готовый продукт поставляется для нужд фармацевтической и пищевой промышленности. Для диверсификации рисков и преодоления проблемы сезонности выделено несколько основных направлений сбыта произведенной продукции.

- у Мидии поставляются на завод «ГипрорыбфлотЭкос» для производства медицинских препаратов (потенциальная величина спроса — 800 тонн/год).
- у В свежем или свежемороженном виде — в рестораны городов (Петрозаводск, Мурманск, Санкт-Петербург — около 443,4 тонны/год).
- у На рыбоперерабатывающий завод ОАО «Карельский рыбокомбинат» для производства консервов/пресервов/салатов/коктейлей (около 228 тонн/год).

По данным кейса необходимо заполнить таблицу

Таблица 1 - Идентификация рисков ООО «УНДИНА»

Наименование риска	Внутренний	Внешний	Управляемый	Неуправляемый
Незавершение строительства здания на побережье				
Незавершение оборудования плантации для мидий в срок				
Повреждение субстратов с мидиями				
Поломка оборудования, катеров, лодок				
Риск не найти достаточного количества покупателей продукции				
Потеря клиентов				
Падение спроса на продукцию				
Работник организации потерял трудоспособность (частично, полностью, временно), погиб (утонул)				
Оппортунистическое поведение сотрудников				

Введение платы за прибрежную зону, повышение налогов с предприятий и т. д.				
Рост цен на топливо и электроэнергию				
Сильный шторм, ураган				
Пожар в офисе или помещении, где хранится оборудование, топливо, материалы				
Риск гибели мидий				

Задание 2

Заполнить классификационную таблицу рисков (по образцу), присущих бизнес-идее, сформулированной в рамках практической работы 1.

Минимум 10 рисков.

Наименование риска	Внутренний	Внешний	Управляемый	Неуправляемый

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность предпринимательского риска
2. Классификация предпринимательских рисков
3. Основные способы снижения риска
4. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности
5. Понятие предпринимательского риска, его основные элементы
6. Причины возникновения риска
7. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 8 Риски инновационных проектов и методы управления ими. Основные методы оценки рисков и управление ими (выполняется самостоятельно)

Цель: изучить методы управления рисков и методы их снижения.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: методы оценки рисков и способы управления ими

уметь: разрабатывать мероприятия по выявлению и предупреждению рисков проекта

владеть: методами управления рисками и методами их снижения

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

Методы управления рисками направлены на преобразование распределений будущих результатов в соответствии со стратегиями развития бизнеса, мнениями, ожиданиями и предвидениями менеджеров или собственников капитала; наблюдаемым развитием рыночной конъюнктуры и другими факторами.

Методы управления предпринимательскими рисками - это способы активного воздействия на факторы риска и способы защиты от них объектов риска.

В условиях действия разнообразных внешних и внутренних факторов риска могут использоваться различные способы снижения риска, воздействующие на те или иные стороны деятельности предприятия.

Многообразие применяемых в предпринимательской деятельности методов управления риском можно разделить на 4 группы:

- 1) методы уклонения от рисков;
- 2) методы локализации рисков;
- 3) методы диверсификации рисков;
- 4) методы компенсации рисков

Риск-менеджмент имеет свою систему эвристических правил и приемов для принятия решений в условиях риска.

Основные правила риск-менеджмента:

1. Нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал.
2. Надо думать о последствиях риска.
3. Нельзя рисковать многим ради малого.
4. Положительное решение принимается лишь при отсутствии сомнения.
5. При наличии сомнений принимаются отрицательные решения.
6. Нельзя думать, что всегда существует только одно решение. Возможно, есть и другие.

Задание 1

Используя данные кейса «ООО «Ундина»: производство мидий на Белом море» (практическая работа 10), необходимо заполнить таблицу.

Таблица 1 - Идентификация рисков ООО «УНДИНА»

Идентификация рисков		Описание ущерба	Разработка и ориентировочная оценка мер по борьбе с риском
Наименование риска	Причина возникновения риска		
Незавершение строительства здания на побережье			
Незавершение оборудования плантации для мидий в срок			
Повреждение субстратов с мидиями			
Поломка оборудования, катеров, лодок			
Риск не найти достаточного количества покупателей продукции			
Потеря клиентов			
Падение спроса на продукцию			
Работник организации потерял трудоспособность (частично, полностью, временно), погиб (утонул)			
Оппортунистическое поведение сотрудников			

Введение платы за прибрежную зону, повышение налогов с предприятий и т. д.			
Рост цен на топливо и электроэнергию			
Сильный шторм, ураган			
Пожар в офисе или помещении, где хранится оборудование, топливо, материалы			
Риск гибели мидий			

Задание 2

Необходимо заполнить таблицу «Риски бизнес-проекта», указав 7 видов рисков присущих Вашей бизнес-идее, причин их возникновения, уровень ущерба и меры по их нейтрализации

Идентификация рисков		Описание ущерба	Разработка мер по борьбе с риском
Описание риска	Причина возникновения риска		

Вопросы для обсуждения:

1. Основные методы оценки риска
2. Классификация методов управления рисками
3. Методы уклонения от риска
4. Методы локализации риска
5. Методы диссипации (распределения) риска
6. Методы компенсации риска

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 9. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Цель: изучить основные источники финансирования научно-технических проектов

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: характеристику основных источников финансирования научно-технических проектов, их особенности, преимущества и недостатки

уметь: вбирать и обосновывать выбор источника финансирования

владеть: методами оценки эффективности финансовых вложений в новые проекты

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

Важным элементом инновационного механизма, обеспечивающим эффективность управления и успех инновационной деятельности, является финансирование. Различают две формы финансирования инноваций – прямое и косвенное. К прямым источникам финансирования относятся:

- бюджетные (федеральные и региональные) средства;
- внебюджетные фонды;
- собственные средства предприятий (объединений);
- кредиты;
- инновационные инвестиции;
- специальные фонды;
- инновационные иностранные кредиты для венчурных организаций, разрабатывающих наукоемкие новшества;
- гранты.

Сюда можно отнести и другие источники (например, страховые фонды, в будущем венчурные фонды, целевые благотворительные поступления и т. д.).

К косвенным источникам финансовой поддержки инноваций относятся:

- налоговые льготы и скидки;
- налоговые кредиты;
- кредитные льготы, т. е. предоставление кредитов предприятиям – потенциальным потребителям инновационных разработок;
- финансовые санкции за невыполнение договоров (конкретных отношений) и обязательств;
- лизинг специального научного оборудования и стендов;
- таможенные льготы;
- амортизационные льготы;
- научно обоснованное ценообразование на научно-техническую продукцию.

К косвенным источникам также можно отнести государственный протекционизм в международном научно-техническом сотрудничестве, включение инновационных проектов новаторов (в том числе инициативных) в комплексные федеральные и государственные научно-технические, инновационные программы; определенные льготы для научных организаций при ремонте сложных опытно-экспериментальных установок и приборов и др.

По уровню управления источники финансирования инноваций подразделяются на:

- федеральные (общегосударственные);
- отраслевые,
- региональные,
- институциональные (предприятий, научно-производственных комплексов).

На федеральном уровне источниками финансирования инноваций являются государственный бюджет, внебюджетные фонды, специальные фонды, заемные средства в форме внешнего (зарубежного) и внутреннего государственного долга (облигации, займы, сертификаты), кредиты.

На отраслевом уровне к источникам финансирования инноваций относятся отраслевые и межотраслевые внебюджетные фонды, привлеченные средства (от продажи акций и имущества, целевые поступления), бюджетные и банковские кредиты, финансовые ресурсы от международного сотрудничества.

На региональном уровне источниками финансирования могут быть региональный (республиканский, областной) бюджет, специальные региональные внебюджетные фонды, частично федеральный бюджет, частично межотраслевые внебюджетные фонды, кредиты, инновационные инвестиции.

На институциональном уровне (предприятия, объединения) источниками финансирования являются собственные средства, бюджетные средства, внебюджетные фонды, кредиты, средства финансово-промышленных групп, научно-производственных комплексов и корпораций (для малых «дочерних» предприятий), иностранные инновационные ресурсы (для совместных предприятий), средства от продажи акций, кредитные льготы, лизинговые льготы.

На уровне научно-исследовательских институтов и научно-производственных комплексов к источникам финансирования инноваций относятся собственные средства, бюджетные и внебюджетные средства, кредиты, частично амортизационные отчисления, лизинговые льготы, специальные фонды, гранты для научных работников и научных учреждений. В отдельных случаях финансирование инновационных проектов осуществляют сами заказчики – потребители продукции, получаемой в результате инновации.

Задания

Задание 1

Изучив лекционный материал и дополнительную информацию, необходимо заполнить таблицу (не менее 5 источников).

Источник финансирования	Характеристика источника (заемный/привлечённый; внутренней/внешний» возвратный/безвозвратный	Преимущества	Недостатки

Задание 2

Выбрать два наиболее вероятных источника финансирования своей бизнес-идеи, обосновав свой выбор, указав недостатки и преимущества каждого источника (3-4 достоинства и 3-4 недостатка). Также дать характеристику выбранного источника (внутренней или внешней, возвратный или безвозвратный).

Вопросы к практическому занятию:

1. Финансирование инновационных проектов.
2. Государственные источники финансирования.
3. Внебюджетные источники финансирования.
4. Негосударственные источники финансирования.
5. Коммерческие источники финансирования.
6. Венчурные источники финансирования.
7. Финансирование Государственным фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.
8. Финансирование инновационной деятельности на региональном уровне.
9. Финансирование и поддержка инновационной деятельности зарубежными структурами.

10. Финансирование некоммерческих проектов.
11. Дайте определение понятию «финансовое обеспечение предпринимательства» и каким образом происходит классификация источников финансирования предприятия?
12. На реализации каких принципов основано финансовое обеспечение предпринимательства?
13. Что относится к внутренним и внешним источникам финансирования?
14. Что относится к собственным финансовым ресурсам предприятия?
15. Назовите новые формы и методы финансирования деятельности предприятия.
16. Раскройте экономическую сущность факторинга.
17. Дайте определение и назовите основные виды лизинга.
18. Как осуществляется расчет общей суммы лизинговых платежей?
19. Назовите преимущества и недостатки использования лизинга.
20. Назовите основные виды заемного долгового финансирования предприятия.
21. В каких случаях рекомендуется финансирование за счет долговых обязательств?

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 10. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта (выполняется самостоятельно)

Цель: изучить методы оценки эффективности финансовых вложений в новые проекты

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: методы оценки эффективности финансовых вложений инновационные проекты

уметь: применять на практике методы оценки эффективности финансовых вложений инновационные проекты

владеть: методами оценки эффективности финансовых вложений в новые проекты

В результате освоения темы формируется компетенция: ИД-2. ПК-4

Теоретическая часть

В понятие эффективности инвестиционного проекта обычно вкладывают степень его соответствия целям и интересам участников инвестирования. Для того чтобы определить эту степень и используется оценка, при этом проект может быть оценен сразу по двум показателям:

● **его эффективность в целом** — общественная (социально-экономическая) и коммерческая (финансовая);

● **эффективность участия в проекте** — оценка проводится для определения реализуемости проекта и заинтересованности в этом всех участников.

Сама оценка проекта базируется на нескольких основополагающих принципах:

1. Рассмотрение и анализ проекта на всех этапах жизненного цикла — от предынвестиционного этапа до завершения проекта.
2. Обоснованность прогнозов финансовых потоков для всего расчетного периода.
3. Сопоставимость условий сравнения разных проектов для выбора оптимального решения.
4. Максимальность и положительность эффекта от реализации проекта.
5. Учет временного фактора.
6. Учет будущих финансовых затрат и поступлений.
7. Учет наиболее существенных последствий от реализации проекта.
8. Учет интересов всех участников проекта.
9. Оценка влияния инфляции.

10. Оценка влияния рисков реализации.

Целью оценки инвестиционных проектов является исчерпывающий ответ на три основных вопроса:

- какова рентабельность инвестиции;
- каковы сроки окупаемости проекта;
- каковы риски проекта.

Грамотно проведенная инвестиционная оценка проекта позволяет:

- оценить реальную потребность в инвестировании и наличие необходимых для этого условий;
- выбрать оптимальные инвестиционные решения;
- выявить факторы, способные оказать влияние на фактические итоги инвестирования и скорректировать их действие;
- оценить приемлемые параметры риска и доходности;
- разработать мероприятия по постинвестиционному мониторингу.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта необходима компании в следующих случаях:

1. При поиске инвесторов.
2. При выборе наиболее эффективных условий кредитования или инвестирования.
3. При выборе условий страхования рисков.

Чаще всего наиболее заинтересованным в проведении инвестиционной оценки лицом является сам инвестор.

Выбор одного конкретного инвестиционного проекта в некоторых случаях может себя не окупить. *Нередко возникают ситуации, в которых решение о выборе должно приниматься в условиях, когда на рассмотрении имеется несколько проектов. В этом случае оценка применяется:*

- для определения эффективности независимых инвестиционных проектов, когда решение о принятии или отклонении одного не влияет на решение о принятии другого;
- для определения эффективности альтернативных или взаимоисключающих друг друга проектов (сравнительная эффективность), когда принятие одного из них автоматически исключает принятие другого.

Существуют методы, которые позволяют делать выводы, расчеты и разработки не только по возможным сценариям развития одного проекта, но и выбирать оптимальный их набор из множества вероятных проектов.

Задания

Задание 1

Изучив лекционный материал и дополнительную информацию, необходимо заполнить таблицу

Название метода оценки	Условия применения	Преимущества	Недостатки
Статические методы оценки			
Динамические методы			
Экспертные методы			

Задача 2

Рассчитайте критический объем продаж по проекту и прибыль от продажи 180 и 300

единиц продукции, если известно, что: цена единицы продукции составляет 2 600 рублей; величина переменных затрат на изготовление единицы продукции — 1 200 рублей; величина постоянных затрат за месяц — 280 000 рублей. Сделайте выводы об эффективности проекта.

Задача 3

Необходимо рассчитать срок окупаемости проекта если предлагают инвестировать в проект сумму в размере 150 тысяч рублей. И говорят, что проект будет приносить в среднем 50 тысяч рублей в год чистой прибыли.

Задача 4

К уже имеющимся условиям прибавим следующий факт. Во время осуществления проекта, каждый год будет тратиться порядка 20 тысяч рублей на развитие проекта.

Задача 5

В проект нужно вложить 150 тысяч рублей. Планируется, что в течение первого года доход будет 30 тысяч рублей. В течение второго — 50 тысяч. В течение третьего — 40 тысяч рублей. А в четвёртом — 60 тысяч. Необходимо рассчитать срок окупаемости проекта

Задача 6.

К предыдущей задаче добавляется ставка дисконтирования 10%

Задание 7

Определить примерную первоначальную сумму необходимых средств для реализации бизнес-идеи и рассчитать с помощью кредитного калькулятора величину ежемесячного платежа аннуитетного платежа. Ставка по кредиту взять актуальную на дату расчета.

Вопросы к практическому занятию:

1. Перечислите основные принципы оценки инвестиционного проекта
2. Уточните виды эффективности инвестиционного проекта
3. Дайте определение срока окупаемости проекта
4. Что представляет и как рассчитывается внутренняя норма доходности?

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 11 Инфраструктура поддержки инновационной деятельности (выполняется самостоятельно)

Цель: углубление знаний об основных видах объектов инновационной инфраструктуры.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: характеристику основных видов объектов инновационной инфраструктуры.

уметь: проводить сравнительный анализ объектов инновационной инфраструктуры

владеть: методами оценки выбора объектов инновационной инфраструктуры

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2. ПК-4.

Теоретическая часть

Организационную, правовую и экономическую поддержку инновационной деятельности предприятия на различных уровнях и в различных формах обеспечивает инновационная инфраструктура.

Под инновационной инфраструктурой понимают совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих организаций, учреждений, их объединений, ассоциаций любой формы собственности, оказывающих услуги по обеспечению инновационной деятельности (финансовые, консалтинговые, маркетинговые, информационно-коммуникативные, юридические, образовательные и т.п.).

Инновационная инфраструктура объединяет организации различных видов: консалтинговые, маркетинговые, информационно-коммуникационные, юридические, образовательные, тренинговые и т.д. фирмы, инвесторов, посредников, научные и государственные учреждения, которые своей деятельностью охватывают весь инновационный цикл - от генерации научно-технической идеи до реализации нововведения.

Целью создания инфраструктуры является комплексное обеспечение инновационной деятельности субъектов хозяйствования, сохранение и развитие научно-технического потенциала страны в интересах общества, включая преодоление спада производства, его структурная перестройка, изменение номенклатуры изделий, создания новой продукции, новых производственных процессов.

Задания

Провести сравнительный анализ основных объектов инновационной инфраструктуры.

Тесты

1. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:
 1. концерны и ассоциации;
 2. общественные академии;
 3. технопарки.
2. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является
 1. Правительственная комиссия по научно-технической политике;
 2. Миннауки и технологий РФ;
 3. Министерство экономики РФ;
 4. Государственная Дума.
3. Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:
 1. продуктовая;
 2. функциональная;
 3. ресурсная;
 4. организационно-управленческая;
 5. ситуационная.
4. Субъекты инновационной деятельности квалифицируются на:
 - а) непосредственных и вспомогательных
 - б) прямых и косвенных
 - в) главных и второстепенных
 - г) значимых и незначительных
5. Государственная инновационная политика является предметом:
 - а) исключительной компетенцией Российской Федерации
 - б) исключительной компетенцией субъектов Российской Федерации
 - в) совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации
6. Государственное регулирование инновационной политики дифференцируется на:
 - а) прямое и косвенное
 - б) бюджетное и внебюджетное
 - в) основное и второстепенное
 - г) значимое и незначительное
7. Государственная научно-техническая программа – это:
 - а) комплекс мероприятий, взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям, обеспечивающих эффективное решение важнейших научно-технических проблем на приоритетных направлениях развития науки и техники
 - б) официальный документ, утверждаемый Правительством РФ

- в) комплекс приоритетных направлений развития науки и техники
- г) «а» и «б»

8. В структуре Правительства РФ государственное регулирование инновационной политики осуществляет:

- а) Министерство труда и социального развития
- б) Министерство образования и науки
- в) Министерство финансов
- г) Министерство экономического развития

9. Научно-производственный комплекс наукограда – это:

совокупность

организаций,

осуществляющих

инновационную деятельность

б) совокупность технического вооружения наукограда: станки, оборудование и др.

в) совокупность занятого на территории наукограда населения

10. Статус Наукограда РФ присваивается:

а) Правительством РФ

б) Президентом РФ по представлению Правительства РФ

в) Главой муниципального образования по результатам проведения референдума

г) Губернатором субъекта Российской Федерации

Вопросы к практическому занятию:

1. Государственная политика развития инновационной деятельности.
2. Инкубаторы, технопарки, технополисы, инновационно-технологические центры и комплексы.
3. Подготовка специалистов в области технологического менеджмента и инновационной деятельности.
4. Региональный опыт подготовки менеджеров инновационной деятельности.
5. Управление технологическим развитием организации – содержание квалификации менеджера инновационной деятельности.

Литература: [1 - 8].

Практическая работа 12. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование (выполняется самостоятельно)

Цель: изучить основные положения, составляющие консультационно-информационное обеспечение предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: понятие интеллектуальная собственность, виды интеллектуальных прав; отличие авторского права от патентного.

уметь: правильно определить охраноспособность инновации и выбрать способ ее охраны, определять средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

владеть: первичные навыки работы с нормативным материалом.

В результате освоения темы формируется индикатор компетенции: ИД-2. ПК-4.

Теоретическая часть

Являясь базой формирования нематериальных активов фирмы, интеллектуальная собственность играет все большую роль в формировании и повышении стоимости фирмы на рынке.

Интеллектуальная собственность — закрепленные законом исключительные права на результат

интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Законодательство, которое определяет права на интеллектуальную собственность, устанавливает монополию авторов на определенные формы использования результатов своей интеллектуальной, творческой деятельности, которые, таким образом, могут использоваться другими лицами лишь с разрешения первых.

Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности обеспечивается на основе патентного законодательства, законодательства по защите недобросовестной конкуренции (права на коммерческую тайну), авторского права, законодательства о средствах индивидуализации. За нарушение прав интеллектуальной собственности наступает гражданская, уголовная и административная ответственность. Техническое новшество можно защитить от использования другими лицами путем оформления патента на изобретение, патента на промышленный образец, свидетельства на полезную модель или ноу-хау

Патент — охранный документ, удостоверяющий исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели либо промышленного образца. Срок действия патента зависит от страны патентования, объекта патентования и составляет от 5 до 25 лет

Лицензирование собственности представляет собой процесс передачи прав временного пользования объектом интеллектуальной собственности. Согласно гражданскому законодательству Российской Федерации, сторона, передающая права, называется лицензиар, а сторона, приобретающая права — лицензиат.

Задания

Задание 1

Российская коммерческая организация, применяющая общую систему налогообложения (по модели «доходы минус расходы»), приобрела по договору у украинского предприятия право использования рационализаторского предложения, которое было сделано работником этого предприятия и оформлено всеми документами, которые требуются для этого по законодательству Украины. Договор был оформлен в полном соответствии с общими требованиями российского и украинского законодательства к договорам об отчуждении исключительного права на объект интеллектуальной собственности, однако стороны не учли то, что законодательство Украины не дает возможности предприятию предоставлять право использования рационализаторских предложений третьим лицам (гл. 41 Гражданского кодекса Украины). При проведении проверки российская налоговая инспекция не согласилась с обоснованностью включения российской организацией данных расходов в состав расходов, уменьшающих базу по налогу на прибыль организаций, и начислила российской организации налог, штраф и пени. Права ли налоговая инспекция?

А. Да, потому что в российском законодательстве рационализаторские предложения не охраняются как интеллектуальная собственность, следовательно, российская организация никаких прав на этот объект не приобрела, что делает ее расходы необоснованными.

В. Да, потому что по украинскому законодательству не предусмотрена возможность отчуждать право использования рационализаторского предложения.

С. Нет, потому что возникновение интеллектуальной собственности было оформлено в полном соответствии с законодательством страны, в которой она была создана.

Задание 2

При проведении опытноконструкторской работы в лаборатории научно исследовательского института научный сотрудник Матвеев изобрел новое устройство. Заведующий этой лабораторией Карпов потребовал указать в качестве авторов изобретения не только Матвеева, но и его, Карпова, поскольку он осуществлял общее руководство данной работой, контролировал ход ее выполнения и оказывал Матвееву всяческое организационное и материальное содействие, вникал в суть разработки и давал ценные советы. Матвеев согласился на это при условии, что это будет оформлено договором и за это ему будет заплачено. Карпов и Матвеев подписали соглашение, из которого следовало, что стороны признают, что они являются соавторами изобретения, и было дано описание изобретения. Оговоренную сумму Карпов немедленно передал Матвееву. Институт оформил на данное изобретение патент, в котором обладателем исключительного права на изобретение был указан институт, а авторами изобретения были указаны Матвеев и Карпов. Впоследствии Матвеев поссорился с Карповым и решил добиться исключения указания на авторство Карпова из патента. Выберите правильную юридическую оценку описанной ситуации.

А. Ситуация соответствует закону, поскольку интеллектуальные права являются передаваемыми и отчуждаемыми активами. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова.

В. Продажа авторства законом не признается и не защищается. Сделка Карпова и Матвеева ничтожна, потому что заведующий лабораторией не внес никакого личного творческого вклада в создание изобретения и не может считаться автором по закону. Матвеев имеет основания для оспаривания соавторства Карпова.

С. Карпов является соавтором Матвеева в силу закона. Соглашение Карпова и Матвеева является излишним и недействительным. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова и должен вернуть Карпову полученные от него деньги.

Задание 3

Вы провели исследование в области химии, в результате которого открыли новый закон природы, синтезировали ранее не известное вещество и написали об этом научную статью. Выделите и охарактеризуйте все охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности:

А. Научное открытие, новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки).

В. Новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки).

С. Новое вещество (изобретение) при условии его патентования, научная статья (произведение науки) при условии ее опубликования.

Задание 4

Антонов — единственный автор разработки — раскрыл ее суть в докладе на конференции. Доклад был опубликован 1 февраля 2016 года. Далее 18 февраля 2017 года Антонов обратился к патентному поверенному за услугами по оформлению заявки на регистрацию данной разработки как изобретения в Роспатенте. Патентный поверенный заявил о непатентоспособности данной разработки, поскольку она уже известна из уровня техники, так как информация о ней была раскрыта в опубликованном докладе. Прочтите п. 3 ст. 1350 ГК РФ. Прав ли патентный поверенный?

А. Нет, потому что Антонов является единственным автором разработки, поэтому не «конкурирует» сам с собой и эта публикация не может считаться для него вошедшей в уровень техники.

В. Нет, потому что льготный срок на подачу заявки после раскрытия информации не истек.

С. Да, потому что по закону не имеет значения, кто раскрыл данные о разработке, а льготный срок для подачи заявки после раскрытия информации уже истек.

Задание 5

Общество с ограниченной ответственностью «Старт Ап» подало в Роспатент заявку на получение патента на коммерчески ценную разработку в качестве изобретения. К «Старт Апу» обратилась компания, заинтересованная в использовании данной разработки, с выгодным предложением приобрести временную неисключительную возможность ее использования. Юрист «Старт Апа» разъяснил руководству фирмы, что, по его мнению, в России это невозможно. Прав ли он?

А. Да, потому что лицензирование патентных заявок законодательством не предусмотрено.

В. Отчасти да, потому что до публикации патентной заявки право использования своей разработки «Старт Ап» может предоставить только в качестве ноу хау (при условии, что сведения сохранялись в режиме конфиденциальности), а после публикации режим ноу хау по закону пропадает и до момента получения патента юридический объект использования отсутствует.

С. Нет, потому что как до, так и после публикации патентной заявки до получения патента «Старт Ап» может предоставлять право использования соответствующей информации, несмотря на то что отсутствует охраняемый объект интеллектуальной собственности (ноу хау, изобретение); а если в отношении разработки соблюдался режим конфиденциальности, то это также возможно по договору о предоставлении права использования ноу хау (но только до публикации заявки, если вся суть такого ноу хау заключалась в данном изобретении).

Задание 6

В связи с выполнением конкретного задания работодателя работником инженер в нерабочее время 28 сентября 2016 года разработал устройство для спутникового мониторинга местоположения групп и отдельных людей, о чем письменно уведомил работодателя. Работодатель ничего работнику по поводу этой разработки не сообщал, а 24 февраля 2017 года подал в отношении нее в Роспатент заявку на выдачу патента на полезную модель, указав работника в качестве автора и выплатив ему типовое вознаграждение, оговоренное в трудовых договорах всех работников данной организации. Впоследствии патент работодателю на эту полезную модель был выдан, работодатель принял исключительное право на нее к бухгалтерскому учету и предоставил право ее использования своему партнеру, который начал производство таких устройств. Вправе ли инженер: 1) оспаривать выдачу

патента; 2) требовать от работодателя компенсаций за нарушение исключительного права инженера на данную разработку?

- A. Инженер не вправе оспаривать патент и предъявлять претензии к работодателю, потому что работодатель принял исключительное право на изобретение к бухгалтерскому учету (поставил патент на баланс).
- B. Инженер вправе оспаривать патент и требовать компенсаций от работодателя и его партнера, потому что изобретение не являлось служебным и у работодателя не было права на получение патента.
- C. Инженер вправе оспаривать патент, потому что право на получение патента вернулось к нему как автору-изобретателю (работнику), но не вправе предъявлять претензии о нарушении своего исключительного права (потому что у него его не было), а вправе требовать возмещения убытков и (или) компенсации морального вреда (если сможет доказать соответствующие обстоятельства).

Задание 7

Исключительным правом на какие объекты интеллектуальной собственности нельзя распорядиться (например, путем предоставления права использования такого объекта другому лицу в форме лицензионного договора)?

- A. Распорядиться можно исключительным правом на любой объект интеллектуальной собственности.
- B. Программы для ЭВМ и базы данных.
- C. Фирменное наименование и наименование места происхождения товара.

Задание 8

Сотрудник, работающий в компании по трудовому договору, по своей инициативе в рабочее время нарисовал для нее логотип (авторское произведение — объект графики). Создание логотипов в трудовые обязанности сотрудника не входило. Данный логотип компания зарегистрировала в качестве изобразительного товарного знака и получила соответствующее свидетельство. Прочитайте п. 9 ст. 1483 ГК РФ. Сможет ли дизайнер требовать отмены регистрации данного знака?

- A. Нет, потому что право на товарный знак не может принадлежать дизайнеру (физическому лицу) и авторское право на произведение графики не может пересекаться с исключительным правом на товарный знак.
- B. Да, потому что исключительное право на произведение графики не перешло компании, а товарный знак не должен нарушать чужих авторских прав.
- C. Нет, потому что данный логотип является служебным произведением и исключительное право на него принадлежит компании.

Вопросы к практическому занятию:

1. Что такое интеллектуальная собственность?
2. Какие существуют виды интеллектуальных прав?
3. Чем регулируются вопросы создания, использования и охраны нематериальных активов?
4. Какие новшества и как можно защищать и коммерциализировать юридическими средствами?
5. Ознакомьтесь с лицензированием деятельности в области создания и применения информационных технологий. Какие основные законы регулируют данную деятельность?

Литература: [1 - 8].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузьмина, Е. Е. Инновационное предпринимательство Электронный ресурс : Учебник / Е. Е. Кузьмина. - Москва : Российская таможенная академия, 2017. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9590-0978-6, экземпляров неограничено
1. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6, экземпляров неограничено
3. Путилов, А. В. Коммерциализация технологий и промышленные инновации Электронный ресурс / Путилов А. В., Черняховская Ю. В. : учебное пособие. - Санкт-Петербург : Лань, 2018. - 324 с. - ISBN 978-5-8114-3371-1, экземпляров неограничено
4. Какаева, Е. А. Инновационный бизнес: стратегическое управление развитием : учебное пособие для слушателей программ профессиональной подготовки и переподготовки / Е.А. Какаева, Е.Н. Дуненкова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2015. - 175 с. : ил. - (Образовательные инновации). - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-1021-2, экземпляров неограничено
5. Инновационное предпринимательство и коммерциализация инноваций Электронный ресурс : Учебно-методическое пособие / Д. Ш. Султанова [и др.]. - Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. - 112 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7882-2064-2, экземпляров неограничено
6. Кулмаганбетова, А. С. Инновационный потенциал малого и среднего бизнеса: теория и практика оценки (по материалам предприятий Казахстана) Электронный ресурс : Монография / А. С. Кулмаганбетова, И. Н. Дубина, Ж. Б. Рахметулина. - Инновационный потенциал малого и среднего бизнеса: теория и практика оценки (по материалам предприятий Казахстана), 2029-06-11. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 166 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4486-0709-7, экземпляров неограничено
7. Каширин, А. И. Инновационный бизнес: венчурное и бизнес-ангельское инвестирование : учебное пособие / А.И. Каширин, А.С. Семенов ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2014. - 259 с. : ил. - (Образовательные инновации). - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0943-8, экземпляров неограничено
8. Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта Электронный ресурс / С. Энтони [и др.] ; пер. А. Соломина. - Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта, 2020-02-28. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 344 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-5155-9, экземпляров неограничено

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес»
для студентов направления 38.04.02 «Менеджмент»
направленность (профиль) Управление бизнесом и инновациями

Ставрополь, 2026

Методические указания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» и содержат задания к самостоятельной работе, порядок их выполнения и методические рекомендации к ним.

Предназначены для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) Управление развитием бизнеса и инновациями.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Общая характеристика самостоятельной работы
2. План – график выполнения задания
3. Методические рекомендации по изучению теоретического материала
4. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям
5. Методические рекомендации по самотестированию, подготовке к тестированию
6. Методические рекомендации по написанию реферата
7. Методические рекомендации к подготовке к экзамену

Список рекомендуемой литературы

ВВЕДЕНИЕ

Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного изучения определенных тем дисциплины по материалам, рекомендованным преподавателем, а также в порядке подготовки к практическим занятиям.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в процессе обучения студентов.

Целью самостоятельной работы студентов по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами самостоятельной работы по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ.

Самостоятельная работа студентов в семестре представлена в виде самостоятельного изучения литературы по отдельным темам дисциплины, подготовка к практическим работам, самотестированию и написанию реферата (доклада).

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в сфере коммерциализации сложных технологий, организации процесса инновационно-технологического предпринимательства и реализация управления инновационными проектами.

В процессе преподавания и самостоятельного изучения студентами дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» должны быть достигнуты следующие учебные задачи:

-ознакомить студентов с основными понятиями и категориями коммерциализации инновационных технологий;

-сформировать у студентов базовый комплекс знаний и практических навыков в области описания инновационных технологий и их представления потенциальным инвесторам;

-развить у студентов умения квалифицированно использовать основные методы аналитического инструментария для продвижения сложных наукоемких технологий.

Задачами дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» является: изучение и освоение на практике методов работы в ключевых аспектах ведения профессиональной деятельности:

- получение знаний о методах, формах и инструментах предпринимательской деятельности в сфере наукоемких технологий;
- овладение практическим опытом разработки проектов новых бизнесов на основе инноваций в сфере наукоемких технологий;
- реализация полученных навыков и умений в рамках проектной деятельности

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие компетенции у обучающегося:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-4 Способен разрабатывать бизнес-проекты с учетом инновационно-инвестиционных решений стратегического развития бизнеса и управлять их реализацией в цифровой среде	ИД-2. ПК-4. Способен выявлять инновационные направления развития бизнеса и внедрять их	Знание современных концепций инновационного развития бизнеса и особенностей маркетинговой деятельностью инновационных предприятий в сфере технологического предпринимательства и их финансового обеспечения, позволяет разрабатывать модель коммерциализации инновационного продукта и/или услуги с учетом оценки экономической эффективности инновационного проекта, используя при этом методы разработки оптимальной структуры финансирования инновационной организации с учётом её особенностей.

2. ПЛАН – ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Виды и содержание самостоятельной работы студента и формы контроля представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Технологическая карта самостоятельной работы студента

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки
3 семестр			
ПК-4	Подготовка к лекции	Конспект	Собеседование
ПК-4	Подготовка к практическому занятию	Конспект	Собеседование
ПК-4	Самостоятельное изучение литературы	Конспект	Собеседование
4 семестр			
ПК-4	Подготовка к лекции	конспект	Собеседование
ПК-4	Подготовка к практическому занятию	конспект	Собеседование
ПК-4	Подготовка реферата, доклада	реферат и презентация	Доклад
ПК-4	Самостоятельное изучение литературы	конспект	Собеседование
ПК-4	Самотестирование, подготовка к тестированию	тесты	Тестовое задание
ПК-4	Подготовка к экзамену	Экзамен	Экзамен

Необходимые рекомендации по выполнению практических занятий отражены в Методических указаниях по выполнению практических работ по «Инновационно-технологический бизнес» для студентов направления 38.04.02 «Менеджмент», [Электронная версия].

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

При изучении дисциплины «Инновационно-технологический бизнес» предусмотрено изучение теоретического материала из курса лекций и других рекомендуемых источников при подготовке к лекциям, практическим занятиям, самостоятельному изучению литературы.

Форма контроля данного вида СРС: собеседование

Вопросы для проведения собеседования:

Тема 1 Инновационное и технологическое предпринимательство: основные понятия и определения.

1. Определение инновационно-технологического предпринимательства и предпринимателя.
2. Формы и виды предпринимательской деятельности.
3. Предприниматели без образования юридического лица и юридические лица как равноправные субъекты предпринимательской деятельности.
4. Характеристика и этапы предпринимательского процесса.
5. Инновационная направленность предпринимательской деятельности.
6. Современные направления развития инновационной деятельности в России.

Тема 2. Создание инновационного бизнеса. Формирование и развитие команды.

1. Стартап: методики и этапы развития стартапа
2. Этапы создания команды.
3. Командный лидер.
4. Распределение ролей в команде.
5. Мотивация участников команды.
6. Командный дух.
7. Развитие команды.

Тема 3. Построение бизнес-модели инновационного проекта.

1. Как возникают бизнесидеи?
2. Создание бизнесмодели.
3. Формализация бизнесмодели.
4. Трансформация бизнесмодели в бизнесплан

Тема 4. Маркетинг. Оценка рынка.

1. Основы маркетинговых исследований.
2. Оценка рынка и целевой сегмент.
3. Комплекс маркетинга.
4. Особенности продаж инновационных продуктов.
5. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов

Тема 5. Разработка продукта и выводение его на рынок.

1. Жизненный цикл продукта.
2. Методы разработки продукта.
3. Оценка уровня готовности технологии.
4. Теория решения изобретательских задач.
5. Теория ограничений.
6. Умный жизненный цикл продукта.
7. Концепция Customer development.
8. Методы моделирования потребностей потребителей.
9. Модель потребительского поведения

Тема 6 Риски инновационных проектов и методы управления ими.

1. Понятие риска, его основные элементы
2. Причины возникновения риска.
3. Общие принципы классификации риска
4. Основные риски инновационного проекта
5. Показатели риска и методы его оценки
6. Основные методы оценки риска.
7. Классификация методов управления рисками
8. Организационные меры по профилактике и нейтрализации рисков

Тема 7. Финансирование научно-технических проектов. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

1. Выбор источников финансирования.
2. Источники финансирования
3. Виды и программы государственной поддержки малого бизнеса.
4. Проблемы финансирования научно-технических проектов
5. Инвестиционная привлекательность и эффективность проекта.
6. Методы оценки эффективности проектов

Тема 8. Инфраструктура поддержки инновационной деятельности

1. Государственная политика развития инновационной деятельности.
2. Инновационная политика России.
3. Мировой опыт инфраструктуры инновационной деятельности.
4. Инновационная инфраструктура РФ и её развитие.
5. Инкубаторы, технопарки, технополисы, инновационно-технологические центры и комплексы

Тема 9 Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности, лицензирование.

1. Понятия интеллектуальной собственности и ее охраны.
2. Общие свойства интеллектуальной собственности.
3. Интеллектуальные права.
4. Авторское право и патентное право.
5. Системы патентования.
6. Процедура патентования.
7. Секреты производства (ноу-хау).
8. Правовые инструменты приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности.
9. Средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Для подготовки к практическим занятиям необходимо использовать Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент - [Электронная версия].

Решенные задания в письменном виде предоставляются преподавателю на проверку и подлежат защите при собеседовании.

Работы 1,2 4-6, 8, 10-12 выполняются студентами самостоятельно.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОТЕСТИРОВАНИЮ, ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ

По дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» предусмотрено самостоятельное решение задач и тестов, формой контроля которого выступает зачетное задание.

Примерные тесты по дисциплине

1. Венчурное финансирование – финансирование деятельности с повышенным риском потерь, а в случае удачи – с высокой нормой прибыли:

- а) нет
- б) да
- в) в некоторых случаях

2. Выберите правильное утверждение:

- а) Приоритетным направлением развития малого бизнеса является наиболее уязвимая область каждого конкретного региона
- б) Приоритетными направлениями развития малого бизнеса являются высокодоходные виды деятельности
- в) Приоритетным направлением развития малого бизнеса является высокорентабельные виды деятельности

3. Цель этого раздела бизнес-плана - показать потенциальному инвестору конкурентоспособность проектируемой продукции.

- а) План маркетинг
- б) Описание предприятия и отрасли
- в) Описание продукции (работ, услуг)
- г) Резюме

4. Основная функция бизнес-плана заключается в ...

- а) оперативном управлении фирмой
- б) контроле процесса развития фирмы
- в) привлечении денежных средств
- г) координации и регулировании

5. Какую информацию из предложенных вариантов инвестор считает наиболее важной для принятия решения об инвестировании в стартап?

- а) Обоснование востребованности продукта
- б) Конкретные и обоснованные планы по рынку и деньгам
- в) Жизнеспособная бизнес-модель проекта
- г) Действительны все варианты

6. Как называется вид затрат, который зависит от объема производства и продаж?

- а) Капитальные
- б) Операционные
- г) Постоянные
- д) Переменные

7. Чему равен срок окупаемости проекта при следующих исходных данных.

Вам предлагают инвестировать в проект сумму в размере 150 тысяч рублей. И говорят, что проект будет приносить в среднем 50 тысяч рублей в год чистой прибыли. Во время осуществления проекта, каждый год будет тратиться порядка 20 тысяч рублей на всевозможные издержки.

8. Чему равна точка безубыточности проекта в натуральном измерении при следующих исходных данных

Постоянные затраты на единицу продукции = 150 руб.

Переменные затраты на единицу продукции = 250 руб.
Рыночная цена = 400 руб.
Спрос на продукцию = 1000 шт.
Заданная сумма прибыли = 50 тыс. руб.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

К самостоятельной работе относится написание и защита реферата в 4 семестре.

Примерные темы реферата:

1. Инновация, как объект инновационного менеджмента.
2. Классификация инноваций.
3. Инновационный процесс и его основные характеристики.
4. Государственная поддержка инновационной деятельности.
5. Сущность инновационного менеджмента, его цели, функции, принципы.
6. Управление инновационными предприятиями.
7. Современная классификация инновационных предприятий.
8. Организация инновационных процессов.
9. Новые организационные формы инновационных предприятий.
10. Значение стратегического управления для инновационных предприятий.
11. Виды инновационных стратегий.
12. Методы поиска и приемы инновационных идей.
13. Задачи и основные приемы экспертизы инновационных проектов.
14. Разработка бизнес-плана.
15. Основные методы оценки эффективности инноваций.
16. Система оценочных показателей эффективности инноваций.
17. Методы оценки эффективности инноваций, основанные на дисконтировании.
18. Управление созданием и использованием новой техники и новой технологии.
19. Инфраструктура: технопарк, инкубатор, инновационно-технологический центр.
20. Финансово-промышленная группа и принципы ее организации.
21. Технологическая цепочка, критерии оценки эффективности ее функционирования.
22. Структура бизнес-плана.
23. Основные показатели эффективности инновационной деятельности.
24. Рынок интеллектуальной собственности.
25. Венчурный инновационный бизнес.
26. Маркетинг инноваций.
27. Интеллектуальная собственность, как объект инновационного предпринимательства.
28. Риски в инновационном предпринимательстве.
29. Оценка новизны как основного атрибута инноваций
30. Соотношение объективных и субъективных факторов успеха инновационных проектов
31. Факторы успеха инновационного бизнеса
32. Бизнес-модели успешных стартапов (примеры известных бизнес-идей с презентацией)

Реферат должен быть выполнен студентом самостоятельно, на основе глубокого изучения рекомендуемой литературы. Работу следует выполнять на листах формата А4 (210х297 мм). Нумерация страниц и приложений осуществляется в правом верхнем углу и должна быть сквозная.

Текст работы может выполняться с использованием шрифта Times New Roman, размер 14, интервал 1,5; абзацный отступ – 1,25.

Для реферата рекомендуется следующая структура:

1. Титульный лист.
2. Содержание (оглавление).
3. Теоретическая часть.
4. Практическая часть.
5. Список использованной литературы.
6. Приложения.

Содержание представляет собой перечень разделов и подразделов реферата.

На каждую цитату, мысль, идею, положение, материалы (таблицы, схемы и др.), заимствованные из каких-либо источников, должны быть даны ссылки в тексте.

Все схемы, рисунки, таблицы, диаграммы и другой иллюстративный материал должен иметь название и соответствующий номер. На каждую иллюстрацию необходима соответствующая ссылка в тексте. Иллюстративный материал включается в основной текст работы. Список используемой литературы приводится в конце конспекта.

В процессе защиты преподаватель уточняет самостоятельность выполнения работы, уровень знаний студента.

В процессе защиты и при оценке реферата обращается особое внимание на:

- степень соответствия объема и содержания темы работы ее целям и задачам;
- четкость изложения;
- обоснованность основных положений, выводов, предложений;
- знание литературы по разрабатываемой теме;
- качество оформления работы;
- правильность ответов на вопросы в ходе защиты работы;
- умение отстаивать свою точку зрения.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя:

- знакомство студентов с темами контрольной работы;
- подбор и анализ литературы по теме контрольной работы;
- написание контрольной работы;
- оценка содержания контрольной работы преподавателем.

Темы рефератов дают возможность студентам самостоятельно провести анализ проблемы с использованием научной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме.

При проверке задания, оцениваются: новизна содержания контрольной работы, степень раскрытия сущности проблемы, обоснованность выбора источников, соблюдение требований к оформлению, грамотность.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Допуск к экзамену происходит при наличии у студентов письменного варианта решения практических работ, их защите и положительных ответов на вопросы преподавателя.

Студент, не выполнивший все виды самостоятельной работы к экзамену по дисциплине «Инновационно-технологический бизнес» не допускается.

Вопросы к экзамену

1. Виды и программы государственной поддержки малых инновационных предприятий
2. Выбор и оценка идеи для инновационно-технологического бизнеса

3. Инновационная направленность предпринимательской деятельности.
4. Классификация методов управления рисками инновационных проектов
5. Коммерциализация инноваций: сущность и этапы реализации
6. Методы диссипации (распределения) риска
7. Методы компенсации риска
8. Методы локализации риска
9. Обеспечение бизнеса ресурсами.
10. Определение инновационно-технологического предпринимательства и предпринимателя.
11. Основные положения концепции организации венчурного финансирования.
12. Основные факторы развития нового бизнеса (потребитель, рынок, конкуренция).
13. Особенности создания инновационного бизнеса.
14. Особенности управления персоналом в процессе подготовки и проведения изменений, связанных с внедрением инноваций.
15. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов
16. Подготовка специалистов в области технологического менеджмента и инновационной деятельности.
17. Понятие венчурного финансирования.
18. Понятие риска инновационной деятельности, его основные элементы
19. Понятия интеллектуальной собственности и ее охраны.
20. Построение бизнес-модели инновационного проекта
21. Правовые инструменты приобретения и коммерциализации интеллектуальной собственности.
22. Проблемы финансирования научно-технических проектов
23. Региональный опыт подготовки менеджеров инновационной деятельности
24. Современные технологии в управлении персоналом и особенности их реализации в инновационных организациях.
25. Составляющие элементы универсального шаблона бизнес-модели Александра Остервальдера и Ива Пинье
26. Традиционные источники финансирования малого и среднего бизнеса.
27. Традиционные источники формирования инвестиционных фондов за рубежом
28. Трансфер технологий и инноваций.
29. Управление технологическим развитием организации – содержание квалификации менеджера инновационной деятельности.
30. Факторы, влияющие на уровень экономического риска инновационных проектов
31. Финансирование Государственным фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.
32. Финансирование и поддержка инновационной деятельности зарубежными структурами.
33. Финансирование инновационной деятельности на региональном уровне.
34. Финансирование инновационной деятельности организации.
35. Финансирование некоммерческих проектов.
36. Характеристика и этапы предпринимательского процесса.
37. Характеристика методов оценки финансово-экономической эффективности инновационных проектов
38. Экономическая полезность бизнес-плана.

Типовые задачи к экзамену

Задача 1. Используя метод «издержки плюс» определить цену на столы для офисов нового образца, если затраты предприятия, следующие: материальные затраты – 950 руб.; затраты на оплату труда (с социальным налогом) – 1150 руб.; амортизация основных фондов – 200 руб.; прочие затраты – 250 руб.

Планируемый уровень рентабельности 28 %.

Задача 2. Определить цену на оборудование улучшенного качества, используя метод определения цены, основанный на уровне текущих цен, зная, что цена базового оборудования 600 тыс. руб., коэффициент, учитывающий улучшения качества равен 1,4.

Задача 3. Постоянные затраты по производству продукции за месяц составляют 600 тыс. руб., переменные затраты на 1 кг изделий – 30 руб. Предприятие реализует свои изделия магазинам по цене 45 руб. за 1 кг. Каким должен быть объем реализации продукции для получения прибыли в размере 210 тыс. руб.?

Задача 4. Сумма первоначальных инвестиций в инвестиционный проект составила 500 тыс. руб., ожидаемые ежегодные поступления денежных средств от реализации проекта распределились по годам следующим образом: 1-й год — 150 тыс. руб., 2-й год — 150 тыс. руб., 3-й год — 240 тыс. руб. Определить срок окупаемости проекта с точностью до месяца.

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются два теоретических вопроса базового уровня, один вопрос повышенного уровня и задача.

Для подготовки по билету отводится 30 минут.

При проверке практического задания, оцениваются последовательность, логичность, рассудительность.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузьмина, Е. Е. Инновационное предпринимательство Электронный ресурс : Учебник / Е. Е. Кузьмина. - Москва : Российская таможенная академия, 2017. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9590-0978-6, экземпляров неограничено

2. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6, экземпляров неограничено

3. Путилов, А. В. Коммерциализация технологий и промышленные инновации Электронный ресурс / Путилов А. В., Черняховская Ю. В. : учебное пособие. - Санкт-Петербург : Лань, 2018. - 324 с. - ISBN 978-5-8114-3371-1, экземпляров неограничено

4. Какаева, Е. А. Инновационный бизнес: стратегическое управление развитием : учебное пособие для слушателей программ профессиональной подготовки и переподготовки / Е.А. Какаева, Е.Н. Дуненкова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2015. - 175 с. : ил. - (Образовательные инновации). - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-1021-2, экземпляров неограничено

5. Инновационное предпринимательство и коммерциализация инноваций Электронный ресурс : Учебно-методическое пособие / Д. Ш. Султанова [и др.]. - Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. - 112 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7882-2064-2, экземпляров неограничено

6. Кулмаганбетова, А. С. Инновационный потенциал малого и среднего бизнеса: теория и практика оценки (по материалам предприятий Казахстана) Электронный ресурс : Монография / А. С. Кулмаганбетова, И. Н. Дубина, Ж. Б. Рахметулина. - Инновационный потенциал малого и среднего бизнеса: теория и практика оценки (по материалам предприятий Казахстана), 2029-06-11. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 166 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4486-0709-7, экземпляров неограничено

7. Каширин, А. И. Инновационный бизнес: венчурное и бизнес-ангельское инвестирование : учебное пособие / А.И. Каширин, А.С. Семенов ; Российская академия

народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2014. - 259 с. : ил. - (Образовательные инновации). - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0943-8, экземпляров неограничено

8. Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта Электронный ресурс / С. Энтони [и др.] ; пер. А. Соломина. - Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта, 2020-02-28. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 344 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-5155-9, экземпляров неограничено