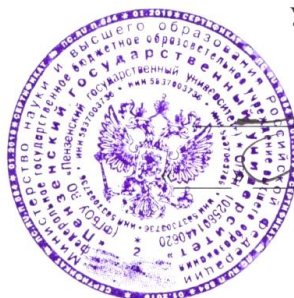




МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Пензенский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ПГУ»)



УТВЕРЖДАЮ  
Ректор ПГУ

 А. Д. Гуляков

14 февраля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

ДИСЦИПЛИНЫ

**«Коммерциализация инноваций»**

*Наименование дисциплины*

дополнительной профессиональной программы  
профессиональной переподготовки  
Президентской программы подготовки управленческих кадров  
для народного хозяйства Российской Федерации

**«Маркетинг» тип В**

*Наименование программы*

## 1. Общая характеристика дисциплины «Коммерциализация инноваций»

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование теоретических знаний и практических навыков в области методологии и управления процессом коммерциализации технологических и продуктовых инноваций, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачи курса:

- овладение понятийным и категориальным аппаратом в области коммерциализации технологий (разработок) в инновационной сфере;
- изучение методологии коммерческой реализации инноваций,
- умение использовать приемы технологического аудита и проводить анализ потенциальных рынков сбыта новых продуктов и технологий;
- формирование стратегии коммерциализации новых продуктов;
- разработка рекомендаций по применению маркетингового инструментария при выводе продуктов на рынок;
- навыки финансовой и маркетинговой оценки предлагаемым рекомендациям, принятия решений о целесообразности вывода новых технологий (продуктов) на рынок.

### 1.2. Связь с другими дисциплинами

Дисциплина относится к разделу 3 «Специализация», к блоку обязательных дисциплин, обеспечивающих экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс «Коммерциализация инноваций» основан на изучении таких дисциплин, как: «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Управление бизнес-процессами», «», «Управление проектами».

Курс «Коммерциализация инноваций» способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Бренд-менеджмент», «Современные практики управления предприятием (мини-стажировки)», «Создание и развитие нового бизнеса (бизнес-семинар, мастер-классы на предприятиях и в организациях)», «Подготовка и защита ВКР».

### 1.3. Трудоемкость изучения курса

|       |             | Количество часов |                |                         |                       |                               |                          |
|-------|-------------|------------------|----------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Всего | Аудитор-ных | В том числе      |                | Самостоя-тельная работа | В том числе           |                               | Активные методы обучения |
|       |             | Очные            | Дистан-ционные |                         | Электрон-ное обучение | Прочая самостоятельная работа |                          |
| 20    | 10          | 8                | 2              | 10                      | 2                     | 8                             | 5                        |

Форма итогового контроля: экзамен.

### 1.4. Форма обучения и форма организации образовательного процесса

Форма обучения: очно-заочная.

Программа реализуется в смешанной форме интерактивных лекций, дискуссионного семинара и дистанционных образовательных технологий.

Активные методы обучения предусматривают анализ конкретных ситуаций (метод кейсов).

## 2. Формализованные (планируемые) результаты освоения дисциплины

Слушатель в результате освоения дисциплины должен обладать следующими компетенциями:

| Коды компетенции | Наименование компетенции   | Образовательный результат  |
|------------------|--|--|
| 1                | 2  | 3  |
| ПК15             | Способность разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары, создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации | Знать: основные категории и понятия, теоретические основы инноватики и инновационных технологий; основные этапы развития менеджмента и маркетинга в сфере научной и инновационной деятельности; роли, функции и задачи менеджера в инновационной организации; методы выведения новых товаров на рынок;<br>Уметь: использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды инновационного бизнеса; применять управленческие технологии для решения задач по внедрению инновационных товаров на рынок; |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация и контроль) в инновационной деятельности; методами и средствами управления инновационными процессами, разработки и реализации маркетинговых программ разработки и продвижения инноваций. |
|--|--|--|

### 3. Содержание программы дисциплины

#### 3.1. Перечень тем и их трудоемкость

| № п/п                 | Наименование тем дисциплины  | ОТ, час        | Аудиторные/ дистанционные занятия, час. |          |          | СРС, час.     |          |          |
|-----------------------|--|----------------|---|----------|----------|---------------|----------|----------|
|                       |  |                | Лк                                      | ПЗ       |          | из них<br>Акт | Эл       | Пр       |
|                       |  |                |   | См       | Дист     |               |          |          |
| 1                     | Тема 1. Инновационный рынок: основные понятия, механизм функционирования   |                | 1                                       | 1        |          | 1             |          | 2        |
| 2                     | Тема 2. Формы трансфера и коммерциализации технологий                      |                | 1                                       | 1        | 1        | 1             | 1        | 2        |
| 3                     | Тема 3. Разработка стратегий коммерциализации инноваций                    |                | 1                                       | 1        |          | 1             | 1        | 2        |
| 4                     | Тема 4. Маркетинговый инструментарий в процессе коммерциализации инноваций |                | 1                                       | 1        | 1        | 2             |          | 2        |
| <b>ИТОГО</b>          |  | <b>20</b>      | <b>4</b>                                | <b>4</b> | <b>2</b> | <b>5</b>      | <b>2</b> | <b>8</b> |
| По плану              |  |                |   |          |          |               |          |          |
| <b>Форма контроля</b> |  | <b>экзамен</b> |   |          |          |               |          |          |

Пояснения к сокращениям и формы проведения занятий:

**ОТ** – общая трудоемкость,

**Лк** – интерактивные лекционные занятия в традиционной форме с использованием мультимедийных презентаций, а также в форме проблемных дискуссий,

**ПЗ** – практические занятия,

**См** – практические занятия в синхронной форме в виде разбора практических ситуаций и решения задач,

**Дист** – практические занятия в дистанционной форме,

**Акт** – активные методы обучения (решение деловой ситуации – кейса),

**СРС** – самостоятельная работа слушателя,

**Эл** – самостоятельная работа в электронной форме асинхронно,

**Пр** – прочая самостоятельная работа слушателей (самостоятельное изучение литературы, рабочих тетрадей, подготовка к промежуточному и итоговому тестированию и пр.)

#### 3.2. Содержание программы дисциплины

| № п/п | Наименование тем   | Содержание   |
|-------|--|--|
| 1     | Тема 1. Инновационный рынок: основные понятия, механизм функционирования | Понятие и принципы функционирования инновационного рынка. Факторы, определяющие его состояние. Структура инновационного рынка. Формирование спроса и предложения на инновационном рынке. Концепции появления и распространения инноваций. Взаимосвязь инновационного рынка и инновационного процесса.  |
|       | Практическое занятие   | Решение практических ситуаций и типовых задач по теме  |
|       | Самостоятельная работа слушателя   | Изучение учебно-методических источников [4-7] и электронных ресурсов [5, 9-12, 19, 30]   |
| 2     | Тема 2. Формы трансфера и коммерциализации технологий                    | Основные понятия коммерциализации инноваций. Трансфер технологий. Коммерциализация технологий. Модель создания стоимости в процессе коммерциализации. Уровни коммерциализации технологий. Модели коммерциализации: линейная и рыночная. Модель открытых инноваций. Формы взаимодействия субъектов в процессе коммерциализации. Инновационные сети. |
|       | Практическое занятие   | Решение практических ситуаций и типовых задач по теме  |
|       | Самостоятельная работа слушателя   | Изучение учебно-методических источников [1, 3, 7-12] и электронных ресурсов [1-2, 7-8]   |
| 3     | Тема 3. Разработка стратегий коммерциализации инноваций                  | Подходы к определению целей и реализации инновационных стратегий. Виды маркетинговых стратегий: по матрице Ансоффа, по типу инновационного потенциала. Факторы, определяющие выбор маркетинговой стратегии. Стратегическое планирование на основе жизненного цикла товара. Факторы успеха и риска при реализации                                   |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  | инновационной стратегии.  |
|   | Практическое занятие   | Решение практических ситуаций и типовых задач по теме   |
|   | Самостоятельная работа слушателя   | Изучение учебно-методических источников [2-4, 7-8, 13-19] и электронных ресурсов [1-2, 7-8]   |
| 4                                       | Тема 4. Маркетинговый инструментарий в процессе коммерциализации инноваций | Способы генерации и оценки инновационных идей. Методы построения карт восприятия при формировании концепции нового продукта. Анализ профиля нового продукта при создании и тестировании опытного образца. Пробный маркетинг. Маркетинговая подготовка к продажам нового продукта. Методы организации сбыта и продвижения инновационных продуктов.   |
|   | Практическое занятие   | Решение практических ситуаций и типовых задач по теме   |
|   | Самостоятельная работа слушателя   | Изучение учебно-методических источников [8, 11, 12, 18, 20, 26-29] и электронных ресурсов [1-2, 7-8]  |
| Используемые образовательные технологии |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Лекции - с использованием мультимедийных технологий в формате файлов презентаций;</li> <li>2) Дискуссии по темам проектных заданий при проведении лекционных и практических занятий;</li> <li>3) Практические занятия - решение профессиональных задач и метод кейсов (решение деловой ситуации), с представлением результатов решения кейса в виде защиты отчета;</li> <li>4) Участие в разработке и реализации проектов оценки компании во внеаудиторной деятельности по индивидуальному проектному заданию.</li> </ol> |

### 3.3. Описание системы контроля и примеры форм контроля результатов обучения

Для прохождения промежуточной аттестации по курсу слушатель должен представить отчет о решении практических ситуаций.

Экзамен по курсу проводится в форме тестирования.

*Тест для проверки знаний (примерный):*

*Ответьте на вопросы*

1. Как называется характеристика товара-новинки, выражающаяся в степени его кажущегося превосходства над существующими товарами?

- А. Сложность.
- Б. Сравнительное преимущество.
- В. Коммуникационная наглядность.
- Г. Совместимость.

2. К какому виду нового продукта относится введение в продажу шампуня в большей упаковке?

- А. Модернизацией.
- Б. Нововведением.
- В. Существенным нововведением.
- Г. Значительной модернизацией.

3. Что не является характерным для инновационного маркетинга:

- А. стратегическая ориентированность на поиск и удовлетворение новых потребностей
- Б. использование сетевой теории и концепции маркетинга взаимодействия
- В. предметом исследования и товаром на рынке выступает не готовый продукт, а идея
- Г. организация и управление инновационной деятельностью предполагает приоритет внутренних возможностей предприятия

### 4. Условия реализации программы

#### 4.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Очные занятия проводятся в аудиториях Пензенского государственного университета (9 уч. корпус), оборудованных компьютерной и проекционной техникой.

Очные и дистанционные занятия также проводятся на базе регионального ресурсного центра, располагающего аудиториями, оборудованными компьютерной и проекционной техникой.

Для электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий, а также самостоятельной работы с учебными материалами, в

Электронной информационно-образовательной среде ПГУ (ЭИОС ПГУ – <https://lk.pnzgu.ru>) создается электронный курс по программе, слушатели регистрируются в ЭИОС ПГУ и им выдаются персональные логины и пароли.

#### **4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **Перечень основной и дополнительной рекомендуемой литературы:**

###### **а) основная литература:**

1. Антонец В.А. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок: учебное пособие / В. А. Антонец [и др.] ; под ред. К. А. Хомкина. - М. : ДЕЛО, 2009.
2. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. - М. : Проспект, 2014. - Инновационный менеджмент: учеб.пособие / Под ред. С.Д.Ильенковой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
3. Просветов, Г. И. Управление инновациями: задачи и решения: учебное пособие / Г. И. Просветов. - М. : Альфа-Пресс, 2010.
4. Румянцев, А.А. Менеджмент инновации. Как научную разработку довести до инновации: учебное пособие / А. А. Румянцев. - СПб. : Изд.дом "Бизнес-пресса", 2007. - 200 с.
5. Управление инновациями. В 3-х кн. [Текст] : учеб. пособие / А.А. Харин, И.Л. Коленский; под ред. Ю.В. Шленова. - М. : Высш. шк., 2003
6. Управление разработкой и внедрением нового продукта: учебное пособие / Л.А. Борискова, О.В. Глебова, И.Б. Гусева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=522742>
7. Шерстобитова, Т.И. Инновационный маркетинг : учебное пособие; Пенз. гос. ун-т. - Пенза : Информ.-изд. центр ПГУ, 2006.

###### **б) дополнительная литература:**

8. Джазовская, И. Н. Стратегия повышения восприимчивости предприятий к инновациям [Текст] : монография / И. Н. Джазовская ; Пенз. гос. ун-т. - Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2009.
9. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398726>
10. Инновационный менеджмент: учебник / В. Г. Медынский. - М. : ИНФРА-М, 2008.
11. Инфраструктура инноваций и малые предприятия: состояние, оценки, моделирование: Монография/ В.Я.Вилисов, А.В.Вилисова - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484867>
12. Шерстобитова, Т. И. Маркетинговое управление взаимодействием субъектов инновационной сферы : монография / Т.И. Шерстобитова, Л.Н. Семеркова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. URL: <https://znanium.com/catalog/product/971769>

#### **Электронно-библиотечные системы:**

| № п/п | Наименование и краткая характеристика электронных изданий и информационных баз данных                                      |
|-------|--|
| 1     | <a href="http://www.budgetrf.ru">http://www.budgetrf.ru</a> - Мониторинг экономических показателей                         |
| 2     | <a href="http://www.rbc.ru">http://www.rbc.ru</a> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)   |
| 3     | <a href="http://www.sci-innov.ru">http://www.sci-innov.ru</a> – Федеральный портал по научной и инновационной деятельности |
| 4     | <a href="http://www.inno.ru.ru">http://www.inno.ru.ru</a> - Конкурс русских инноваций                                      |
| 5     | <a href="http://www.zn.innovaterussia.ru">http://www.zn.innovaterussia.ru</a> – Зворыкинский проект                        |

#### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

Лицензионное программное обеспечение.

Microsoft (office professional 2007, office standart 2007, 2010, 2013; word 2007, windows server 2003, 2008; windows 7 professional; windows vista business; windows 8 professional, windows starter 7). Astra Linux Special Edition. Антивирус Касперского (договор от 22.11.2017).

2. Свободно распространяемое ПО LibreOffice, OpenOffice, Adobe Acrobat Reader

#### **Методические и учебные материалы по курсу (в ЭИОС):**


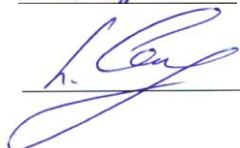
-

#### **5. Разработчик программы**

к.э.н., доцент каф. «МКиСО» ПГУ

СОГЛАСОВАНО:

Директор МРЦПКидО

 Т.И. Шерстобитова  
 В.В. Сазонов