

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 16.08.2023 16:45:14  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a198149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет  
Кафедра

*Экономический*  
*Экономики и управления*

### Рабочая программа дисциплины (модуля)

дисциплина

***Б1.В.12 Инновационный менеджмент***

часть, формируемая участниками образовательных отношений

Направление

***38.03.02***

***Менеджмент***

код

наименование направления

Программа

***Менеджмент организации***

Форма обучения

***Очно-заочная***

Для поступивших на обучение в  
***2021 г.***

Разработчик (составитель)

***кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и управления***

***Бикметов Р. Ш.***

ученая степень, должность, ФИО

Стерлитамак 2023

<b>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....</b>	<b>4</b>
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) .....	4
<b>5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....</b>	<b>6</b>
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) .....</b>	<b>9</b>
6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	9
6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем .....	9
6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства .....	10
<b>7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....</b>	<b>10</b>

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

<b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>
ПК-1. Способен осуществлять руководство выполнением типовых задач тактического планирования производства	ПК-1.1	Обучающийся должен:
	ПК-1.2	Обучающийся должен:
	ПК-1.3	Обучающийся должен:

**2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Цели изучения дисциплины:

Цель дисциплины — изучение содержания и структуры инновационного процесса, исследование различных аспектов управления инновациями, приобретение навыков анализа корпоративных инновационных стратегий, а также выполнения оценки эффективности инновационных проектов и поиска возможных форм их финансирования

Дисциплина реализуется в рамках вариативной части.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 акад. ч.

<b>Объем дисциплины</b>	<b>Всего часов</b>
	<b>Очно-заочная обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины	180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	10
практических (семинарских)	14
другие формы контактной работы (ФКР)	1,2
Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):	34,8
экзамен	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	120

<b>Формы контроля</b>	<b>Семестры</b>
-----------------------	-----------------

#### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				СР
		Контактная работа с преподавателем				
		Лек	Пр/Сем	Лаб		
<b>1</b>	<b>Теоретические аспекты инновационного менеджмента</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	
1.1	Сущность и современные проблемы инновационного менеджмента	2	2	0	20	
1.2	Организация инновационной деятельности	2	2	0	20	
1.3	Разработка инновационных стратегий	2	2	0	20	
<b>2</b>	<b>Практические аспекты инновационного менеджмента</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	
2.1	Управление инновационными процессами	4	4	0	20	
2.2	Инвестиции в инновационном менеджменте	0	2	0	20	
2.3	Организация управления инновационным проектом	0	2	0	20	
	<b>Итого</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>120</b>	

##### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
<b>1</b>	<b>Теоретические аспекты инновационного менеджмента</b>	
1.1	Сущность и современные проблемы инновационного менеджмента	Возникновение, становление и развитие инновационного менеджмента. Оценка современных направлений рынка инноваций. Сущность и классификация инноваций. Источники инноваций. Диффузия инноваций. Функции инноваций
1.2	Организация инновационной деятельности	Основные понятия инновационного менеджмента. Цели и задачи инновационного менеджмента. Функции инновационного менеджмента. Субъекты и объекты инновационного менеджмента. Инновационная инфраструктура. Инновационное предпринимательство. Технопарковые структуры
1.3	Разработка инновационных	Цели, задачи, содержание и формы стратегического управления инновациями. Понятие и виды инновационных

	стратегий	стратегий. Роль внешних и внутренних факторов в обосновании выбора стратегии. Классификация типов инновационного поведения организаций
<b>2</b>	<b>Практические аспекты инновационного менеджмента</b>	
2.1	Управление инновационными процессами	Инновационный процесс и его участники. Структура инновационного процесса. Виды инновационных процессов. Основные понятия и категории управления рисками

Курс практических/семинарских занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
<b>1</b>	<b>Теоретические аспекты инновационного менеджмента</b>	
1.1	Сущность и современные проблемы инновационного менеджмента	Возникновение, становление и развитие инновационного менеджмента. Оценка современных направлений рынка инноваций. Сущность и классификация инноваций. Источники инноваций. Диффузия инноваций. Функции инноваций
1.2	Организация инновационной деятельности	Основные понятия инновационного менеджмента. Цели и задачи инновационного менеджмента. Функции инновационного менеджмента. Субъекты и объекты инновационного менеджмента. Инновационная инфраструктура. Инновационное предпринимательство. Технопарковые структуры
1.3	Разработка инновационных стратегий	Цели, задачи, содержание и формы стратегического управления инновациями. Понятие и виды инновационных стратегий. Роль внешних и внутренних факторов в обосновании выбора стратегии. Классификация типов инновационного поведения организаций
<b>2</b>	<b>Практические аспекты инновационного менеджмента</b>	
2.1	Управление инновационными процессами	Инновационный процесс и его участники. Структура инновационного процесса. Виды инновационных процессов. Основные понятия и категории управления рисками
2.2	Инвестиции в инновационном менеджменте	Понятие и виды инвестиций. Виды инвесторов и принципов финансирования. Выбор инвестиционной бизнес-модели
2.3	Организация управления инновационным проектом	Сущность и виды инновационных проектов. Содержание инновационного проекта. Экспертиза инновационных проектов

## 5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

**Вопросы для самостоятельного изучения** (проверка осуществляется в форме устного опроса)

1. Современные проблемы инновационного менеджмента и пути их преодоления. (Тема 1.1)
2. Сопоставление реальной и гипотетической структуры жизненного цикла. (Тема 1.2)
3. Диффузионная и внутриорганизационная модели. (Тема 1.3)
4. Интеграция науки и производства. (Тема 1.4)
5. Роль и место гибких производственных систем при организации перехода на выпуск новых изделий. (Тема 1.5)
6. Инжиниринг и реинжиниринг бизнеса. (Тема 2.1)
7. Критерии инвестиционной привлекательности инновационных проектов. (Тема 2.2)
8. Пути совершенствования маркетинга инноваций. (Тема 2.4)
9. Метод Райта. Построение кривых освоения. (Тема 2.5)

Кроме вышеизложенного студенты выполняют следующие **индивидуальные самостоятельные задания** (индивидуальные задания выполняются письменно)

### Задание 1 (Тема 1.2)

Канцелярская скрепка как простое устройство для соединения нескольких листов бумаги появилась еще в XIX веке. В наше время для этих целей стали использоваться степлер, пружинный зажим, да и у самой скрепки появилось несколько вариантов. Широко распространены прозрачные пакеты – мультифоры, в которые можно поместить несколько листов бумаги, ничем не скрепляя.

Оцените преимущества и недостатки известных вам устройств для скрепления листов бумаги и заполните таблицу.

Виды устройств	Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"><li>→ <i>обычная канцелярская скрепка;</i></li><li>→ <i>канцелярская скрепка большого размера;</i></li><li>→ <i>канцелярская скрепка, изготовленная из пластмассы;</i></li><li>→ <i>степлер;</i></li><li>→ <i>пружинный зажим;</i></li><li>→ <i>мультифора.</i></li></ul>		

**Вопрос:** Сделайте прогноз: есть ли основания для близкого завершения жизненного цикла канцелярской скрепки?

### Задание 2 (Тема 2.2)

Разработать инновационный проект какого-либо продукта (услуги).

Этапы разработки инновационного проекта:

1. Краткая характеристика инновационного продукта (услуги).
2. Теоретическое обоснование проекта.
3. Экономическое обоснование проекта.
4. Реклама продукта (услуги).
5. Оценка рисков по проекту.
6. Презентация проекта.

### Задание 3 (Тема 2.4)

1. Предложить варианты по репозиционированию одного из брендов компании, который к настоящему времени, по вашему мнению, уже исчерпал себя. Разработать новую рекламную стратегию для репозиционированного бренда.
2. Разработать новый бренд для компании, определить сегмент рынка на который будет выводиться новая продукция. Предложить свой вариант стратегии продвижения этой новой продукции и разработать комплекс маркетинг-микс.

### **Вимм-Билль-Данн**

История компании. Рассказывает член Совета директоров «Вимм-Билль-Данн», один из основателей Компании – Сергей Пластинин: Все началось в ноябре 1992 года. Я тогда работал в одной торговой фирме, и как-то раз по дороге с работы зашел в магазин за соком. Сока в продаже не оказалось, зато был соковый концентрат. Я его купил, а дома из концентрата и воды сам сделал сок. Получилось и вкусно, и много, вся семья была довольна. А меня удивило то, как дешево мне обошелся этот сок: в шесть раз дешевле, чем готовый.

Но ведь именно так устроено современное промышленное производство соков – их восстанавливают из концентрата. Концентрат делают в южных странах, там, где растут фрукты: из свежесжатого сока выпаривают часть воды – при пониженном давлении, в вакууме, чтобы сохранить витамины и затормозить развитие в соке микрофлоры. Полученный в результате густой сироп удобно хранить и легко отвезти на завод, расположенный хоть на другой стороне земного шара. А уж там, на заводе, сок восстанавливают, то есть «возвращают» ему столько же воды, сколько сначала «отобрали».

Мой случайный домашний эксперимент навел на мысль, что это производство в наших условиях может быть очень выгодным. Так и появилась идея розлива соков. Для ее воплощения мы арендовали линию по розливу молока на Лианозовском молочном комбинате. Для того, чтобы заплатить за аренду, а также для закупки концентрата и упаковки понадобился небольшой кредит, который предоставил Сбербанк. Так и началась история компании «Вимм-Билль-Данн».

Меня много раз спрашивали, откуда взялось такое название. Тут все просто. В начале 90-х импортные продукты питания, появившиеся на нашем рынке, пользовались гораздо большим доверием покупателей, чем отечественные, качество которых оставляло желать много лучшего.

Нам нужно было иностранное название – так и появился «Wimm-Bill-Dann». Потом мы поручили дизайнеру придумать несуществующее животное для нашего логотипа. Тот, изначальный «Вимм-Билль-Данн», чей портрет украшал самые первые пачки нашего сока, выглядел иначе, чем сейчас. Очень скоро мы решили изменить его внешность; знакомый всем нынешний вариант «Вимм-Билль-Данна» создал для нас дизайнер Андрей Сечин.

В 1992 году мы начинали работать на огромном рынке, где пустых ниш было больше, чем занятых. До появления наших первых соков под маркой J7 никто в России не делал соков в пакетах. Продавались в основном соки в трехлитровых банках или в болгарских бутылках, которые потом сдавали в стеклотару. На пищевом рынке России тогда вообще не было брендов.

На банках писали просто: «Вишневый сок», «Яблочный сок», на молочных пакетах – просто «Молоко». Стерилизованной молочной продукции в нашей стране тогда еще не производили, продавалось молоко пастеризованное, со сроком хранения 2 – 3 дня. Слова «йогурт» потребители вообще не знали. За кефиром, обыкновенным творогом, сметаной в магазинах выстраивались очереди.

До кризиса 1998 г. нашими основными конкурентами на этом бурно развивавшемся рынке были импортеры продуктов питания. Иностранные производители поставляли в Россию широкий ассортимент продукции, которая в России тогда не выпускалась (пример – те же йогурты).

В 1998 г. в связи с резким падением курса рубля импорт продуктов питания в нашу страну также упал. В то же время, спрос на молочные продукты оставался относительно стабильным, поскольку они относятся к категории основных продовольственных продуктов массового потребления. Таким образом, кризис 1998 г., можно сказать, поддержал отечественного производителя молочных продуктов. Постепенное увеличение дохода на душу населения, вновь начавшееся после кризиса, положительно повлияло на потребление молочных продуктов, особенно более дорогих, таких как йогурты и десерты.

За счет быстрого роста в молочном секторе мы смогли поддержать и соковое производство. Кроме того, во время кризиса нас выручила наша долгосрочная гибкая сбытовая политика. Поскольку наступление кризиса прогнозировалось многими серьезными аналитиками заранее, мы не могли не думать о том, что произойдет с нами, если однажды у потребителя окажется меньше денег на покупку сока. К сбытовому кризису мы подошли с целым набором марок сока, отличающихся целевыми потребительскими аудиториями, ценой, технологиями производства. В результате в момент кризиса мы вышли на рынок с новой соковой маркой – 100% GoldPremium, которая была предложена потребителю на 18% дешевле нашей прежней основной марки – J7. Это позволило нам сохранить и преумножить свою долю на рынке, хотя наши прибыли в этом секторе рынка значительно сократились.

В 1998 г. мы начали программу расширения производственной деятельности за пределы Москвы – стали приобретать молочные комбинаты в других регионах России, а затем и в других странах СНГ, создавая единую производственную сеть. Сегодня у нас уже 30 заводов в 22 регионах – в России, на Украине, в Кыргызстане и Узбекистане. В 2001 г. была создана управляющая компания ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания», которая определяет стратегические направления деятельности группы компаний «Вимм-Билль-Данн».

«Вимм-Билль-Данн» не раз осуществлял прорывы: выпуск первой упаковки сока, создание первого отечественного сокового бренда, начало выпуска молочных брендов, приобретение региональных предприятий, начало промышленного производства ягодного морса, начало производства соково-молочных продуктов. В 2002 г. наша компания, первой среди российских компаний-производителей продуктов питания, разместила свои ценные бумаги (АДР третьего уровня) на Нью-Йоркской фондовой бирже. И сегодня в России найдется не много компаний с таким уровнем открытости и прозрачности, как у нас.

Компания «Вимм-Билль-Данн» была основана в 1992 году. «Вимм-Билль-Данн» стал первым отечественным производителем соков в пакетах, создателем первого российского сокового бренда J-7, первого молочного бренда – «М», первым российским производителем йогуртов.

С 1998 года «Вимм-Билль-Данн» начал активно приобретать молочные предприятия в регионах России и странах СНГ, создавая единую производственную сеть. Сегодня одно из главных конкурентных преимуществ компании состоит в том, что «Вимм-Билль-Данн» является не региональным и не московским, а общенациональным российским производителем. Сейчас в группу компаний «Вимм-Билль-Данн» входит 33 производственных предприятия. Стратегия ВБД – производить молочные продукты в том регионе, где они потребляются. Недорогое молоко, которое перерабатывается на месте, хорошие экологические условия помогают Компании поставлять на российский рынок лучшие молочные продукты по приемлемым ценам.

В 2001 году была сформирована управляющая компания ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания». В ее задачи входит руководство предприятиями, контроль над их работой, определение стратегических направлений их деятельности.

ВБД вносит значительный вклад в возрождение пищевой индустрии в регионах. На заводах, присоединившихся к группе компаний, резко возрастают объемы производства и



повышается качество продукции. Все предприятия «Вимм-Билль-Данна» работают по единым высоким стандартам производства, выпуская продукцию отличного качества.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

#### **Основная учебная литература:**

1. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 332 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684392> (дата обращения: 14.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04542-4. – Текст : электронный.
2. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю. М. Беляев. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 219 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621843> (дата обращения: 19.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04782-4. – Текст : электронный.
3. Менеджмент организации : учебник : [16+] / О. В. Баландина, А. Б. Вешкурова, Н. А. Копылова [и др.] ; под общ. ред. С. А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 566 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119> (дата обращения: 14.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0717-2. – DOI 10.23681/575119. – Текст : электронный.

#### **Дополнительная учебная литература:**

1. Инновационный менеджмент : учебник / В. Я. Горфинкель, А. И. Базилевич, В. В. Бондаренко [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 392 с. : ил., табл., схем. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685426> (дата обращения: 19.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02359-5. – Текст : электронный.
2. Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент : учебное пособие / Ж. Д. Дармилова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 168 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621855> (дата обращения: 19.06.2023). – Библиогр.: с. 152-153. – ISBN 978-5-394-04586-8. – Текст : электронный.
3. Аверченков, В. И. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / В. И. Аверченков. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 293 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262> (дата обращения: 19.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1255-9. – Текст : электронный.

### **6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование документа с указанием реквизитов</b>
1	Договор на доступ к ЭБС ZNANIUM.COM между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Знаниум» № 3/22-эбс от 05.07.2022
2	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/22-эбс от

	04.03.2022
3	Договор на доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 223-950 от 05.09.2022
4	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-948 от 05.09.2022
5	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-949 от 05.09.2022
6	Соглашение о сотрудничестве между БашГУ и издательством «Лань» № 5 от 05.09.2022
7	ЭБС «ЭБ БашГУ», бессрочный договор между БашГУ и ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014 г.
8	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 223-796 от 27.07.2022
9	Договор о подключении к НЭБ и о предоставлении доступа к объектам НЭБ между БашГУ в лице директора СФ БашГУ с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438-П от 11.06.2019
10	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между УУНиТ в лице директора СФ УУНиТ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/23-эбс от 03.03.2023

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)**

№ п/п	Адрес (URL)	Описание страницы
1	<a href="https://www.rspp.ru/">https://www.rspp.ru/</a>	Сайт российского союза промышленников и предпринимателей

**6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

Наименование программного обеспечения
Windows 10 Pro
Office Standart 2010 RUS OLP NL Acdmc

**7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Тип учебной аудитории	Оснащенность учебной аудитории
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации, учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций	учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации, учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций	учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный, учебно-наглядные пособия
Читальный зал: помещение для самостоятельной работы	учебная мебель, учебно-наглядные пособия, компьютеры