

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 26.09.2023 16:44:44

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2ab454b4659d961f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

# Креативные техники создания инновационных продуктов

Закреплена за подразделением

Кафедра промышленного менеджмента

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Управление бизнесом в цифровой экономике

Квалификация

**Магистр**

Форма обучения

**очная**

Общая трудоемкость

**3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 3

аудиторные занятия

28

самостоятельная работа

80

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	18			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	22	22	22	22
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	80	80	80	80
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*ст.преп., Гудилин А А*

Рабочая программа

**Креативные техники создания инновационных продуктов**

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - магистратура Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ, 38.04.02-ММН-22-2.plx Управление бизнесом в цифровой экономике, утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 22.09.2022, протокол № 8-22

Утверждена в составе ОПОП ВО:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ, Управление бизнесом в цифровой экономике, утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 22.09.2022, протокол № 8-22

Рабочая программа одобрена на заседании

**Кафедра промышленного менеджмента**

Протокол от 24.05.2022 г., №15

Руководитель подразделения Костюхин Ю.Ю.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Сформировать прочные и глубокие знания, навыки и умения в области креативных техник создания инновационных продуктов и инновационного менеджмента, этапов инновационного процесса и перспектив применения для создания инновационных продуктов и развития предприятия, а также в области анализа проблем, генерирования идей, разработки и управления инновациями для решения актуальных проблем предприятия.
-----	---

### 2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.03
2.1	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Планирование деятельности предприятия	
2.1.2	Стратегия компании в цифровом бизнесе	
2.2	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.2	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. Преддипломная практика	

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

<b>ПК-5: Способен проводить маркетинговые исследования отраслей экономики с целью нахождения и оценки новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы нового инновационного проекта (бизнеса)</b>	
<b>Знать:</b>	
ПК-5-31 - Методы создания инновационных продуктов с использованием творческого креативного подхода из инновационного менеджмента. - Методы анализа продукции, системы управления и бизнес-процессов с позиций инновационности.	
<b>ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, проектировать и разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</b>	
<b>Знать:</b>	
ОПК-4-31 - Суть инновационного менеджмента и на предприятии. Основные понятия и виды инноваций. Классификации инноваций по объекту, процессу и влиянию на прибыль организации. Основные этапы инновационного процесса в организации. Суть креативных техник разбора проблемы, генерирования идей для ее решения, определения возможностей и оценки идей по различным критериям. Разработку и коммерциализацию инновации с расчетом экономической эффективности от ее внедрения. - Суть управления портфелем инновационных проектов, имеющим различную эффективность и срок окупаемости.	
<b>ПК-5: Способен проводить маркетинговые исследования отраслей экономики с целью нахождения и оценки новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы нового инновационного проекта (бизнеса)</b>	
<b>Уметь:</b>	
ПК-5-У1 - Применять методы создания инновационных продуктов с использованием творческого креативного подхода из инновационного менеджмента. - Применять методы анализа продукции, системы управления и бизнес-процессов с позиций инновационности.	
<b>ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, проектировать и разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</b>	
<b>Уметь:</b>	
ОПК-4-У1 - Применять методы креативных техник разбора проблемы, генерирования идей для ее решения, определения возможностей и оценки идей по различным критериям. Применять методы разработки и коммерциализации инновации с расчетом экономической эффективности от ее внедрения. Управлять портфелем инновационных проектов.	
<b>ПК-5: Способен проводить маркетинговые исследования отраслей экономики с целью нахождения и оценки новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы нового инновационного проекта (бизнеса)</b>	
<b>Владеть:</b>	
ПК-5-В1 - Создания инновационных продуктов с использованием творческого креативного подхода из инновационного менеджмента. - Анализа продукции, системы управления и бизнес-процессов с позиций инновационности.	

**ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, проектировать и разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций**

**Владеть:**

ОПК-4-В1 - Применения креативных техник разбора проблемы, генерирования идей для ее решения, определения возможностей и оценки идей по различным критериям. Применять методы разработки и коммерциализации инновации с расчетом экономической эффективности от ее внедрения. Управлять портфелем инновационных проектов.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	<b>Раздел 1. Инновационный менеджмент: возникновение и основные черты. Основы инновационной деятельности организации</b>							
1.1	Инновационный менеджмент: возникновение и основные черты. Основы инновационной деятельности организации /Лек/	3	2	ОПК-4-31 ПК-5-31	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			
1.2	Креативные техники разбора проблемы. Методы волшебных вопросов и звездо-образной диаграммы. Методы диаграммы Исикавы и лестничной диаграммы /Пр/	3	6	ПК-5-31 ОПК-4-31	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1		КМ2	
1.3	Выполнение курсовой работы /Ср/	3	30	ПК-5-31 ОПК-4-31	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			Р1
	<b>Раздел 2. Стратегические аспекты управления инновациями. Управление идеями и создание инновационных продуктов в организации. Креативные техники реализации инновационного процесса</b>							
2.1	Стратегические аспекты управления инновациями. Управление идеями и создание инновационных продуктов в организации. Креативные техники реализации инновационного процесса /Лек/	3	2	ОПК-4-У1 ПК-5-У1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			
2.2	Креативные техники генерирования идей. Методы мозгового штурма и шесть шляп. Методы стимулирования процесса достижения целей, игра в пословицы, метод Морфа, синектики, ТРИЗ и пр. /Пр/	3	8	ПК-5-У1 ОПК-4-У1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1		КМ3	

2.3	Выполнение курсовой работы /Ср/	3	30	ПК-5-У1 ОПК-4-У1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			Р1
	<b>Раздел 3. Представление идей руководству. Системы управления идеями. Система подачи предложений. Управление портфелем проектов</b>							
3.1	Представление идей руководству. Системы управления идеями. Система подачи предложений. Управление портфелем проектов /Лек/	3	2	ОПК-4-В1 ПК-5-В1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			
3.2	Определение возможностей и оценка идей. Метод экспертных оценок. Разработка инновационных продуктов. Коммерциализация инновации. Диаграммы Гантта /Пр/	3	8	ПК-5-В1 ОПК-4-В1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1		КМ4	
3.3	Выполнение курсовой работы /Ср/	3	20	ПК-5-В1 ОПК-4-В1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1			Р1

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

#### 5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
--------	-------------------------	------------------------------------	------------------------

КМ1	Вопросы для подготовки к экзамену	ОПК-4-31;ПК-5-31	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инновационный менеджмент: возникновение, становление, основные черты.</li> <li>2. Инновационная экономика и инновационный менеджмент.</li> <li>3. Стратегия непрерывных инноваций.</li> <li>4. Горизонтальные и вертикальные инновации.</li> <li>5. Теория «творческого разрушения» Й. Шумпетера.</li> <li>6. Инновационная экономика различных стран (США, Великобритания, Финляндия, Индия, Япония, Россия).</li> <li>7. Современные тенденции и формы инновационного менеджмента.</li> <li>8. Задачи инновационного менеджмента.</li> <li>9. Основные проблемы и функции инновационного менеджмента.</li> <li>10. Основы инновационной деятельности организации.</li> <li>11. Задачи инновационной деятельности и понятие инновации.</li> <li>12. Основные типы и виды инноваций.</li> <li>13. Классификация инноваций по объекту.</li> <li>14. Классификация инноваций по конечному результату.</li> <li>15. Классификация инноваций по влиянию на прибыль.</li> <li>16. Источники инноваций (новаторы, анализ результатов бизнеса, анализ претензий и жалоб клиентов).</li> <li>17. Источники инноваций (фокус-группы, эмпатический дизайн, лидирующие пользователи).</li> <li>18. Источники инноваций (отслеживание технологий, чтение литературы широкой тематики).</li> <li>19. Инновационный процесс в организации. Этапы процесса.</li> <li>20. Жизненный цикл инновации.</li> <li>21. Особенности инновационных организаций.</li> <li>22. Стратегические аспекты управления инновациями.</li> <li>23. Миссия инновационной организации. Примеры миссий.</li> <li>24. Составные части миссии, как стратегии инновационной организации.</li> <li>25. Цели инновационной компании (превосходство, открытие, героизм, альтруизм).</li> <li>26. Стратегические направления инновационной деятельности.</li> <li>27. Стратегии управления инновациями.</li> <li>28. Стратегия интегратора.</li> <li>29. Стратегия организатора.</li> <li>30. Стратегия лицензиара.</li> <li>31. Управление идеями и инновационный процесс в организации.</li> <li>32. Разбор проблемы. Методы волшебных вопросов, звездообразной диаграммы.</li> <li>33. Разбор проблемы. Методы диаграммы Исикавы, лестничной диаграммы.</li> <li>34. Генерирование идей. Методы мозгового штурма, шесть шляп.</li> <li>35. Генерирование идей. Методы стимулирования процесса достижения целей.</li> <li>36. Генерирование идей. Методы игра в пословицы, метод Морфа, синетики, ТРИЗ.</li> <li>37. Определение возможностей и оценка идей. Метод экспертных оценок.</li> <li>38. Разработка инноваций. Диаграммы Ганта.</li> <li>39. Коммерциализация инновации. Расчет эффективности.</li> <li>40. Представление идей руководству.</li> <li>41. Система управления идеями.</li> <li>42. Система подачи предложений.</li> <li>43. Команды непрерывного совершенствования.</li> <li>44. Политика открытых дверей.</li> <li>45. Новые венчурные команды.</li> <li>46. Инкубатор идей.</li> <li>47. Инновационная команда.</li> <li>48. Катализатор инноваций.</li> <li>49. Управление инновациями. Портфель инновационных проектов.</li> <li>50. Правила формирования и реализации портфеля проектов.</li> <li>51. Приоритетное финансирование инновационных проектов.</li> <li>52. Создание корпоративной культуры.</li> <li>53. Мотивация творческой деятельности персонала.</li> <li>54. Хоторнский эксперимент Элтона Мэйо.</li> <li>55. Методы мотивации творческой деятельности</li> </ol>
-----	-----------------------------------	------------------	--



КМ2	Контрольная работа 1. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВОЗНИКНОВЕНИЕ, СТАНОВЛЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ	ОПК-4-31;ОПК-4-У1;ПК-5-31;ПК-5-У1	<p>Необходимо ответить на поставленные вопросы, выбрав подходящий вариант ответа.</p> <p>Вариант 1.</p> <p>1. Что входит в полное понятие «развитие»?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение сложности какой-либо системы.</li> <li>- Улучшение приспособленности к внешним условиям.</li> <li>- Увеличение масштабов явления.</li> <li>- Количественный рост экономики и качественное улучшение ее структуры.</li> <li>- Социальный прогресс.</li> <li>- Все перечисленные выше факторы.</li> </ul> <p>2. Что такое экзогенное развитие?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет внешних источников.</li> <li>- За счет внутренних источников.</li> <li>- За счет бюджета.</li> </ul> <p>3. Что такое эндогенное развитие?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет внешних источников.</li> <li>- За счет внутренних источников.</li> <li>- За счет бюджета.</li> </ul> <p>4. Кто является автором теории эндогенного роста?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ф. Котлер.</li> <li>- Й. Шумпетер.</li> <li>- Р. Солоу.</li> <li>- Ф. Йоханссон.</li> </ul> <p>5. Автором идеи о «творческом разрушении» (creative destruction) как основе экономической динамики является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ф. Котлер.</li> <li>- Й. Шумпетер.</li> <li>- Р. Солоу.</li> <li>- Ф. Йоханссон.</li> </ul> <p>6. Являются ли инновации характерной чертой современного постиндустриального этапа развития экономики?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Нет.</li> <li>- Да.</li> </ul> <p>7. Горизонтальные инновации связаны ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- С увеличением разнообразия товаров.</li> <li>- С выходом на региональные рынки.</li> <li>- С изобретением принципиально новых или более качественных товаров и технологий, вытесняющих старые.</li> </ul> <p>8. Вертикальные инновации связаны ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- С увеличением разнообразия товаров.</li> <li>- С выходом на международные рынки.</li> <li>- С изобретением принципиально новых или более качественных товаров и технологий, вытесняющих старые.</li> </ul> <p>9. В контексте долгосрочного развития более важными являются ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Горизонтальные инновации.</li> <li>- Вертикальные инновации.</li> <li>- Наполнение бюджета страны.</li> </ul> <p>10. Инновационная экономика общества основана ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- На знаниях и инновациях.</li> <li>- На навыках и умениях.</li> <li>- На обучении и всеобщем высшем образовании.</li> </ul> <p>Вариант 2.</p> <p>1. Какой подход к инновациям характерен для экономики США?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Невмешательство государства, дающее компаниям свободу для инноваций, привлечения талантов, применения высоких технологий.</li> </ul>
-----	---	-----------------------------------	---



		<p>- Выработка государственных стратегий, направляющих экономику в нужное русло.</p> <p>2. Какой подход к инновациям характерен для экономик стран Европы?  - Невмешательство государства, дающее компаниям свободу для инноваций, привлечения талантов, применения высоких технологий.  - Выработка государственных стратегий, направляющих экономику в нужное русло.</p> <p>3. В какой стране самая молодая «экономика знаний»?  - В Японии.  - В Китае.  - В Индии.  - В России.</p> <p>4. В какой стране произошло «экономическое чудо»?  - В Японии.  - В Китае.  - В Индии.  - В России.</p> <p>5. Какой тип менеджера наиболее эффективен в чистой инновационной экономике?  - Рационалист.  - Новатор.  - Оба.</p> <p>6. Какой тип менеджера наиболее эффективен в инновационной экономике переходного периода?  - Рационалист.  - Новатор.  - Оба.</p> <p>7. Как называется система принципов, методов и форм управления инновационной деятельностью в организации?  - Общий менеджмент.  - Стратегический менеджмент.  - Инновационный менеджмент.  - Менеджмент качества.</p> <p>8. Инновации бывают...  - Только продуктовые.  - Только технологические.  - Только продуктовые и технологические.  - Только маркетинговые.  - Только управленческие.  - Только маркетинговые и управленческие.  - Все указанные выше.</p> <p>9. Относится ли внедрение новых средств и методов управления предприятием к инновациям?  - Да.  - Нет.</p> <p>10. Относится ли внедрение новых средств и методов управления персоналом к инновациям?  - Да.  - Нет.</p> <p>Вариант 3.  1. Относится ли внедрение новых средств и методов сбыта продукции к инновациям?  - Да.  - Нет.</p>
--	--	--

			<p>2. Относится ли внедрение новых средств и методов рекламы продукции к инновациям?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Да.</li><li>- Нет.</li></ul> <p>3. Какие инновации наиболее приоритетны для России в настоящее время?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Продуктовые.</li><li>- Маркетинговые.</li><li>Управленческие.</li><li>- Технологические.</li></ul> <p>4. Какие инновации являются прорывными с точки зрения развития экономики?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Продуктовые.</li><li>- Маркетинговые.</li><li>- Управленческие.</li><li>- Технологические.</li></ul> <p>5. Экономика России имеет ярко выраженную ... направленность.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Военную.</li><li>- Сельскохозяйственную.</li><li>- Ресурсно-сырьевую.</li><li>- Инновационную.</li><li>- Политическую.</li></ul> <p>6. Для 2/3 руководителей компаний ... инновации являются главной стратегической целью.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- В России.</li><li>- В Казахстане.</li><li>- На Западе.</li><li>- В Китае.</li></ul> <p>7. Сейчас самые крупные научные достижения делаются ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- В физике.</li><li>- В химии.</li><li>- В биологии.</li><li>- В медицине.</li><li>- В генной инженерии.</li><li>- В металлургии.</li><li>- На стыке нескольких дисциплин.</li></ul> <p>8. На становление современной экономики повлияли основные факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Добыча газа, нефти и других природных ресурсов.</li><li>- Международные финансовые кризисы.</li><li>- Миграция людей, прорыв в компьютеризации, сближение наук.</li><li>- Развитие фондового рынка и перемещение капитала.</li></ul> <p>9. Какая инновационная компания разработала и внедрила принципы организации бизнеса - систему KAIZEN, направленную на достижение совершенства?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sony.</li><li>- Apple.</li><li>- Toyota.</li><li>- Microsoft.</li><li>- Газпром.</li><li>- Роснефть.</li><li>- Автоваз.</li></ul> <p>10. Какие основные проблемы затрудняют получение отдачи от инноваций?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Малое финансирование, надежда на государство, слабое планирование.</li><li>- Боязнь риска, длительные сроки разработки, плохая внутренняя координация.</li><li>- Директивный стиль управления, малая рентабельность, бюджетное финансирование.</li></ul>
--	--	--	--

--	--	--	--

КМЗ	Контрольная работа 2. ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	ОПК-4-У1;ОПК-4-В1;ПК-5-У1;ПК-5-В1	<p>К</p> <p>Необходимо ответить на поставленные вопросы, выбрав подходящий вариант ответа.</p> <p>Вариант 1.</p> <p>1. Какой из перечисленных ниже этапов не входит в инновационный процесс в организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Генерирование идей.</li> <li>- Определение возможностей и оценка идей.</li> <li>- Разбор проблемы.</li> <li>- Разработка инновации.</li> <li>- Публикация инновации.</li> <li>- Коммерциализация инновации.</li> </ul> <p>2. С какого этапа начинается инновационный процесс в организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Генерирование идей.</li> <li>- Определение возможностей и оценка идей.</li> <li>- Разбор проблемы.</li> <li>- Разработка инновации.</li> <li>- Коммерциализация инновации.</li> </ul> <p>3. Каким этапом заканчивается инновационный процесс в организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Генерирование идей.</li> <li>- Коммерциализация инновации.</li> <li>- Определение возможностей и оценка идей.</li> <li>- Разбор проблемы.</li> <li>- Разработка инновации.</li> </ul> <p>4. Какие эффективные инструменты не применимы для разбора проблемы?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Метод «волшебных» вопросов (метод Киплинга).</li> <li>- Звездообразная диаграмма.</li> <li>- Игра в пословицы.</li> <li>- Диаграмма Исикавы.</li> <li>- Лестничная диаграмма.</li> </ul> <p>5. На этапе генерирования идей задача менеджера – получить ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Одну стоящую эффективную идею.</li> <li>- Как можно большее число потенциально прибыльных идей.</li> <li>- Готовое решение проблемы.</li> <li>- Прибыль от инновации.</li> </ul> <p>6. На этапе определения возможностей и оценки идей задача менеджера заключается ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- В получении прибыли от инновации.</li> <li>- В реализации инновации.</li> <li>- В определении потенциала инновации.</li> <li>- В получении премии от внедрения инновации.</li> </ul> <p>7. Для определения возможностей и оценки идей эффективно применим ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Метод экспертных оценок.</li> <li>- Метод фокус-групп.</li> <li>- Метод лидирующих потребителей.</li> <li>- Метод симпатических расчетов.</li> </ul> <p>8. Какие идеи идут в разработку и коммерциализацию?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Все.</li> <li>- Самые красивые.</li> <li>- Самые перспективные.</li> <li>- Самые низкорискованные.</li> </ul> <p>9. Вероятность успешной реализации инновации в среднем составляет ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 75-90%.</li> <li>- 50-70%.</li> <li>- 30-40%</li> </ul>
-----	---	-----------------------------------	--

			<p>- 15-25%.</p> <p>10. В портфеле венчурных фондов должно быть не менее ... проектов.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1-2.</li> <li>- 3-5.</li> <li>- 6-8.</li> <li>- 10-12.</li> <li>- 15-20.</li> </ul> <p>Вариант 2.</p> <p>1. Какой этап инновационного процесса является прибыльным для организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Генерирование идей.</li> <li>- Коммерциализация инновации.</li> <li>- Определение возможностей и оценка идей.</li> <li>- Разбор проблемы.</li> <li>- Разработка инновации.</li> </ul> <p>2. Какая стадия отсутствует в жизненном цикле инновации на рынке?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Роста.</li> <li>- Созревания.</li> <li>- Зрелости.</li> <li>- Спада.</li> </ul> <p>3. Промежуток времени, в течение которого новая технология замещает старую, называется ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Технологическим разрывом.</li> <li>- Технологическим перерывом.</li> <li>- Технологическим взрывом.</li> <li>- Технологическим перекурсом.</li> </ul> <p>4. Для инновационных организаций инновации – это ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Бизнес-процесс (функция), как часть общей деятельности предприятия.</li> <li>- Часть прибыли.</li> <li>- Вид бизнеса.</li> </ul> <p>5. Стратегия инновационных организаций ориентируется на ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Периодические инновации.</li> <li>- Всплески инновационной активности.</li> <li>- Непрерывные инновации.</li> </ul> <p>6. Компанию Apple отличают следующие доминирующие преимущества (ключевые компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Превосходное понимание клиентов. Выдающаяся способность комбинировать дизайн и технологию. Действенный маркетинг.</li> <li>- Количество и ассортимент новых предложений. Скорость выведения продуктов на рынок. Корпоративная культура, поддерживающая инновации.</li> <li>- Предвидение. Инновационные производственные процессы. Стратегия, ориентированная на качество.</li> <li>- Постоянные межотраслевые инновации. Организационная культура и организационная структура, ориентированные на инновации. Склонность к завоеванию новых рынков.</li> <li>- Постоянный запуск новых успешных продуктов и услуг. Нежелание сидеть на месте. Достижение целей и поддержка своих сильных сторон.</li> </ul> <p>7. Компанию Google отличают следующие доминирующие преимущества (ключевые компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Превосходное понимание клиентов. Выдающаяся способность комбинировать дизайн и технологию. Действенный маркетинг.</li> <li>- Количество и ассортимент новых предложений. Скорость выведения продуктов на рынок. Корпоративная культура, поддерживающая инновации.</li> </ul>
--	--	--	---

		<p>- Предвидение. Инновационные производственные процессы. Стратегия, ориентированная на качество.</p> <p>- Постоянные межотраслевые инновации. Организационная культура и организационная структура, ориентированные на инновации. Склонность к завоеванию новых рынков.</p> <p>- Постоянный запуск новых успешных продуктов и услуг. Нежелание сидеть на месте. Достижение целей и поддержка своих сильных сторон.</p> <p>8. Компанию Toyota Motor отличают следующие доминирующие преимущества (ключевые компетенции):</p> <p>- Превосходное понимание клиентов. Выдающаяся способность комбинировать дизайн и технологию. Действенный маркетинг.</p> <p>- Количество и ассортимент новых предложений. Скорость выведения продуктов на рынок. Корпоративная культура, поддерживающая инновации.</p> <p>- Предвидение. Инновационные производственные процессы. Стратегия, ориентированная на качество.</p> <p>- Постоянные межотраслевые инновации. Организационная культура и организационная структура, ориентированные на инновации. Склонность к завоеванию новых рынков.</p> <p>- Постоянный запуск новых успешных продуктов и услуг. Нежелание сидеть на месте. Достижение целей и поддержка своих сильных сторон.</p> <p>9. Компанию General Electric отличают следующие доминирующие преимущества (ключевые компетенции):</p> <p>- Превосходное понимание клиентов. Выдающаяся способность комбинировать дизайн и технологию. Действенный маркетинг.</p> <p>- Количество и ассортимент новых предложений. Скорость выведения продуктов на рынок. Корпоративная культура, поддерживающая инновации.</p> <p>- Предвидение. Инновационные производственные процессы. Стратегия, ориентированная на качество.</p> <p>- Постоянные межотраслевые инновации. Организационная культура и организационная структура, ориентированные на инновации. Склонность к завоеванию новых рынков.</p> <p>- Постоянный запуск новых успешных продуктов и услуг. Нежелание сидеть на месте. Достижение целей и поддержка своих сильных сторон.</p> <p>10. Компанию Microsoft отличают следующие доминирующие преимущества (ключевые компетенции):</p> <p>- Превосходное понимание клиентов. Выдающаяся способность комбинировать дизайн и технологию. Действенный маркетинг.</p> <p>Количество и ассортимент новых предложений. Скорость выведения продуктов на рынок. Корпоративная культура, поддерживающая инновации.</p> <p>- Предвидение. Инновационные производственные процессы. Стратегия, ориентированная на качество.</p> <p>- Постоянные межотраслевые инновации. Организационная культура и организационная структура, ориентированные на инновации. Склонность к завоеванию новых рынков.</p> <p>+ Постоянный запуск новых успешных продуктов и услуг. Нежелание сидеть на месте. Достижение целей и поддержка своих сильных сторон.</p> <p>Вариант 3.</p> <p>1. Инновационные компании поощряют всех своих ... к активному участию в инновациях.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сотрудников.</li> <li>- Партнеров.</li> <li>- Поставщиков.</li> <li>- Всех вышеперечисленных.</li> </ul> <p>2. Инновационные компании ... новые идеи и подходы.</p>
--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"><li>- Отвергают.</li><li>- Приветствуют.</li><li>- Развивают.</li><li>- Оценивают.</li><li>- Переваривают.</li></ul> <p>3. Инновационные компании вглядываются ... в попытках предвосхитить нужды потребителей, которые со временем появятся.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- В прошлое.</li><li>- В настоящее.</li><li>- В будущее.</li><li>- В литературу.</li></ul> <p>-4. Инновационные компании обеспечивают ... информацией и предоставляют им большой контроль над процессом закупок.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Сотрудников.</li><li>- Партнеров.</li><li>- Поставщиков.</li><li>- Потребителей.</li><li>- Всех вышеперечисленных.</li></ul> <p>5. Инновационные компании меняют ... , бросая вызов погрязшим в довольстве собой конкурентам.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Партнеров.</li><li>- Поставщиков.</li><li>- Потребителей.</li><li>- Правила игры.</li></ul> <p>6. Инновационные компании способны ... действовать.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Быстро.</li><li>- Медленно.</li><li>- Поступательно.</li></ul> <p>7. К инновации следует подходить как к ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Бизнес-процессу.</li><li>- Функции.</li><li>- Цели.</li><li>- Дисциплине.</li></ul> <p>8. Инновациями должен заниматься ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Отдел.</li><li>- Группа.</li><li>- Бюро.</li><li>- Весь коллектив.</li></ul> <p>9. Инновациями должны быть охвачены ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Новые продукты и услуги.</li><li>- Процессы и бизнес-модели.</li><li>- Стратегии.</li><li>- Каналы сбыта и рынки.</li><li>- Все вышеперечисленное.</li></ul> <p>10. Инновация должна быть ориентирована на ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Сотрудников.</li><li>- Партнеров.</li><li>- Поставщиков.</li><li>- Потребителей.</li><li>- Всех вышеперечисленных.</li></ul>
--	--	--	--

КМ4	Контрольная работа 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ	ОПК-4-В1;ПК-5-В1;ПК-5-У1;ОПК-4-У1	<p>Необходимо ответить на поставленные вопросы, выбрав подходящий вариант ответа.</p> <p>Вариант 1.</p> <p>1. Какой стиль поведения организации во внешней среде при разработке стратегии предполагает большие амбиции?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Стиль А.</li> <li>- Стиль В.</li> <li>- Стиль С.</li> </ul> <p>2. При разработке стратегических целей руководствуются следующим принципом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- START-принцип.</li> <li>- SMART-принцип.</li> <li>- MARS-принцип.</li> <li>- SPART-принцип.</li> </ul> <p>3. Руководители инновационных организаций формулируют миссию таким образом, чтобы отразить в ней нацеленность на ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прибыль.</li> <li>- Развитие.</li> <li>- Инновации.</li> <li>- Быстрый рост.</li> </ul> <p>4. Миссия организации является ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Главной стратегической целью.</li> <li>- Философией фирмы.</li> <li>- Идеологией компании.</li> <li>- Декоративной вывеской.</li> </ul> <p>5. Миссия какой компании звучит, как «Производство удобных и экономичных автомобилей и грузовиков».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chevrolet.</li> <li>- Мак Доналдс.</li> <li>- MARY KAY.</li> <li>- Красный Крест.</li> <li>- Компания ЗМ.</li> </ul> <p>6. Миссия какой компании звучит, как «Быстрое, качественное обслуживание клиентов с помощью стандартного набора продуктов».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chevrolet.</li> <li>- Мак Доналдс.</li> <li>- MARY KAY.</li> <li>- Красный Крест.</li> <li>- Компания ЗМ.</li> </ul> <p>7. Миссия какой компании звучит, как «Украшать жизнь женщин во всем мире».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chevrolet.</li> <li>- Мак Доналдс.</li> <li>- MARY KAY.</li> <li>- Красный Крест.</li> <li>- Компания ЗМ.</li> </ul> <p>8. Миссия какой компании звучит, как «Защищать беззащитных».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chevrolet.</li> <li>- Мак Доналдс.</li> <li>- MARY KAY.</li> <li>- Красный Крест.</li> <li>- Компания ЗМ.</li> </ul> <p>9. Миссия какой компании звучит, как «Решать нерешенные проблемы инновационно».</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chevrolet.</li> <li>- Мак Доналдс.</li> </ul>
-----	--	-----------------------------------	---



		<p>- MARY KAY. - Красный Крест. - Компания 3М.</p> <p>10. Разработка инновационной корпоративной стратегии – это дело ... - Группы специалистов. - Всего коллектива. - Лично руководителя.</p> <p>Вариант 2.</p> <p>1. Миссия, как основа стратегии инновационной организации, должна включать в себя определение инновации для компании? - Да. - Нет.</p> <p>2. Миссия, как основа стратегии инновационной организации, должна включать в себя модели поведения сотрудников, которые руководство намерено поощрять? - Да. - Нет.</p> <p>3. Миссия, как основа стратегии инновационной организации, должна включать в себя цели компании, к достижению которых она стремится? - Да. - Нет.</p> <p>4. Миссия, как основа стратегии инновационной организации, должна включать в себя план преодоления барьеров, препятствующих инновациям? - Да. - Нет.</p> <p>5. Миссия, как основа стратегии инновационной организации, должна включать в себя план встраивания инновационных процессов в деятельности организации? - Да. - Нет.</p> <p>6. Должен ли быть назначен руководитель инновационной деятельности в организации? - Да. - Нет.</p> <p>7. Успешные инновации, зачастую, подчинены четырем целям: ... - Креативность, стратегия, реализация, прибыльность. - Героизм, альтруизм, превосходство, открытие. - Развитие, творчество, прибыль, лидерство.</p> <p>8. Инновация повышения эффективности производства, включающая оптимизацию внутренних процессов, сокращение издержек и рост производительность труда, относится к ... инновациям. - Продуктовым. - Маркетинговым. - Управленческим. - Технологическим.</p> <p>9. Инновация использования активов компании, заключающаяся в новых формах использования организационных ресурсов, относится к ... инновациям. - Продуктовым. - Маркетинговым. - Управленческим. - Технологическим.</p>
--	--	---

10. Инновация потребностей, заключающаяся в изменении представлений покупателей о продукте организации, относится к ... инновациям.

- Продуктовым.
- Маркетинговым.
- Управленческим.
- Технологическим.

УП: 38.04.01-МЭК-22-3.plx

стр. 14

Вариант 3.

1. Инновация дизайна, представляющая собой внесение эстетических и эргономических изменений в продукт, относится к ... инновациям.

- Продуктовым.
- Маркетинговым.
- Управленческим.
- Технологическим.

2. Самостоятельное управление всеми процессами разработки и продвижения продукта на рынок подразумевает стратегию ...

- Интегратора
- Организатора.
- Лицензиара.

3. Фокусировка на некоторых процессах разработки продукта, а в остальном передача партнерам, которые выполняют необходимые виды работ, подразумевает стратегию ...

- Интегратора
- Организатора.
- Лицензиара.

4. Продажа лицензии на изобретение или ноу-хау другой организации, которая разрабатывает и выводит продукт на рынок, подразумевает стратегию ...

- Интегратора
- Организатора.
- Лицензиара.

5. Для реализации стратегии интегратора, например, для открытия новых производственных комплексов и пр., требуется ... объем инвестиций.

- Высокий.
- Средний.
- Низкий.

6. Для реализации стратегии организатора, например, для выведения продукта на рынок, требуется ... объем инвестиций.

- Высокий.
- Средний.
- Низкий.

7. Для реализации стратегии лицензиара, например, когда все расходы берет на себя другая компания, требуется ... объем инвестиций.

- Высокий.
- Средний.
- Низкий.

8. Для реализации стратегии интегратора требуются ...

- Наличие надежных функциональных связей внутри фирмы. Умение управлять производственным процессом. Наличие талантливых технических работников.
- Способность работать с партнерами. Умение управлять проектами. Умение понимать потребителя. Умение управлять брендом.
- Умение управлять интеллектуальной собственностью. Умение проводить научные исследования. Умение договариваться.

			<p>Способность влиять на стандарты.</p> <p>9. Для реализации стратегии организатора требуются ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Наличие надежных функциональных связей внутри фирмы.</li> </ul> <p>Умение управлять производственным процессом. Наличие талантливых технических работников.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность работать с партнерами. Умение управлять проектами. Умение понимать потребителя. Умение управлять брендом.</li> <li>- Умение управлять интеллектуальной собственностью. Умение проводить научные исследования. Умение договариваться.</li> </ul> <p>Способность влиять на стандарты.</p> <p>10. Для реализации стратегии лицензиара требуются ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Наличие надежных функциональных связей внутри фирмы.</li> </ul> <p>Умение управлять производственным процессом. Наличие талантливых технических работников.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность работать с партнерами. Умение управлять проектами. Умение понимать потребителя. Умение управлять брендом.</li> <li>- Умение управлять интеллектуальной собственностью. Умение проводить научные исследования. Умение договариваться.</li> </ul> <p>Способность влиять на стандарты.</p>
<b>5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)</b>			
Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы

P1	Курсовая работа	ОПК-4-31;ОПК-4-У1;ПК-5-У1;ПК-5-В1;ПК-5-31;ОПК-4-В1	<p>По курсу предусматривается выполнение курсовой работы (КР) для закрепления знаний и развития умений и практических навыков.</p> <p>План курсовой работы по Креативным техникам создания инновационных продуктов «Разработка инноваций для решения проблемы ... ..» (Тема согласовывается с преподавателем)</p> <p>Введение</p> <p>1. Формулирование и разбор проблемы Применяя 2-3 метода разбора проблемы («волшебные» вопросы, диаграммы звездообразная, Исикавы, лестничная и пр.), находим глубинные причины возникновения проблемы.</p> <p>2. Генерирование идей Генерируем новые идеи для решения проблемы (мозговой штурм, стимулирование достижения целей, игра в пословицы, метод Морфа, ТРИЗ, шесть шляп и пр.).</p> <p>3. Определение возможностей и оценка идей Определяем возможности и оцениваем идеи (метод экспертных оценок), выбираем самую эффективную.</p> <p>4. Разработка инновации Прорабатываем конкретный вариант реализации выбранной идеи, разрабатывая ин-новационный проект (диаграмма/график Гантта, мероприятия, сроки, объемы финансирования).</p> <p>5. Коммерциализация инновации Оцениваем коммерческую эффективность инновации (ЖЗИ, затраты и доходы по периодам, чистый приведенный доход NPV, срок окупаемости проекта, другие виды эффективности и пр.). Выбираем стратегию реализации инновации.</p> <p>Заключение. Список литературы. Общий объем работы – 20-25 стр. Защита КР производится в конце семестра в зачетную неделю.</p>
----	-----------------	--	---

### 5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

По дисциплине предусмотрен экзамен. Билеты приведены ниже.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 1

1. Инновационная экономика, инновационный менеджмент и управление инновациями. Стратегия непрерывных инноваций.
2. Управление идеями и инновационный процесс в организации. Этапы инновационного процесса. Применение креативных техник для повышения эффективности процесса.
3. Привести пример креативной техники разбора проблемы методом «волшебных» вопросов для расширения ассортиментной линейки выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 2

1. Горизонтальные и вертикальные инновации. Теория «творческого» разрушения Й.Шумпетера.
2. Креативные техники разбора проблемы. Метод «волшебных» вопросов (метод Киплинга).
3. Привести пример креативной техники разбора проблемы методом звездообразной диаграммы для повышения качества выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 3

1. Инновационная экономика различных стран (США, Великобритания, Финляндия, Индия, Япония, Россия). Два подхода к формированию инновационной экономики.
2. Креативные техники разбора проблемы. Метод звездообразной диаграммы.
3. Привести пример креативной техники разбора проблемы методом диаграммы Исикавы для развития системы мотивации персонала.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 4

1. Современные тенденции и формы управления инновациями. Задачи и функции инновационного менеджмента.
2. Креативные техники разбора проблемы. Метод диаграммы Исикавы. Его суть и особенности.
3. Привести пример креативной техники разбора проблемы методом лестничной диаграммы для повышения эффективности производства.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 5

1. Задачи инновационной деятельности в организации. Понятие и определение инновации. Необходимые компоненты инновации.
2. Креативные техники разбора проблемы. Метод лестничной диаграммы. Его суть и особенности.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом мозгового штурма для расширения ассортиментной линейки выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 6

1. Основные типы и виды инноваций. Классификация инноваций по объекту.
2. Креативные техники генерирования идей. Метод мозгового штурма. Его особенности, ограничения и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом стимулирования процесса достижения целей для повышения качества выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 7

1. Основные типы и виды инноваций. Классификация инноваций по конечному результату.
2. Креативные техники генерирования идей. Метод стимулирования процесса достижения целей. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом игры в пословицы для развития системы мотивации персонала.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 8

1. Основные типы и виды инноваций. Классификация инноваций по влиянию на прибыль.
2. Креативные техники генерирования идей. Метод игры в пословицы. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом шести шляп для повышения эффективности управления.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 9

1. Источники инноваций (новаторы, анализ результатов бизнеса, анализ претензий и жалоб клиентов).
2. Креативные техники генерирования идей. Метод шести шляп Э. Боно. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом ситектики для расширения ассортимента выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 10

1. Источники инноваций (фокус-группы, эмпатический дизайн, лидирующие пользователи).
2. Креативные техники генерирования идей. Метод синектики. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом ТРИЗ для повышения качества выпускаемой продукции и борьбы с браком на производстве.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 11

1. Инновационный процесс в организации. Этапы инновационного процесса. Порядок и содержание этапов.
2. Креативные техники генерирования идей. Метод ТРИЗ Г. Альтшуллера. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом Морфа для развития системы мотивации персонала.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 12

1. Источники инноваций (отслеживание технологий, чтение литературы широкой тематики).
2. Креативные техники генерирования идей. Метод Морфа. Его особенности и условия применения.
3. Привести пример креативной техники генерирования идей методом Catchball для повышения эффективности производства.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 13

1. Жизненный цикл инновации. Примеры жизненного цикла для разных видов продукции. Стадии жизненного цикла.
2. Определение возможностей и оценка идей. Метод экспертных оценок. Шкала оценок. Критерии оценки идей.

3. Привести пример креативной техники определения удельных весов критериев для оценки идей методом парных сравнений.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 14

1. Жизненный цикл инновации. Понятие технологического разрыва при внедрении новой технологии.
2. Определение возможностей и оценка идей. Критерии оценки идей. Удельные веса критериев оценки. Как они определяются.
3. Привести пример креативной техники сравнения и оценки идей методом парных сравнений для расширения ассортиментной линейки выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 15

1. Особенности инновационных организаций. Что отличает их от обычных коммерческих организаций. Чем для них являются инновации.
2. Разработка инноваций. Диаграммы Гантта. Состав диаграмм Гантта и особенности разработки.
3. Привести пример креативной техники разработки диаграммы Гантта для повышения качества выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 16

1. Стратегические аспекты управления инновациями. Стили поведения организации во внешней среде. Какой стиль соответствует инновационным компаниям.
2. Разработка инноваций. Диаграммы Гантта. Состав группы для разработки диаграмм Гантта. Принятие окончательного решения по способу реализации инновации.
3. Привести пример креативной техники разработки диаграммы Гантта для создания эффективной системы мотивации персонала.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 17

1. Миссия инновационной организации. Понятие миссии, ее определение. Привести примеры миссий для инновационной организации.
2. Коммерциализация инновации. Расчет экономической эффективности от реализации инновации. Понятие NPV, срока окупаемости и нормы доходности.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 10% для расширения ассортимента выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 18

1. Составные части миссии, как стратегии инновационной организации.
2. Коммерциализация инновации. Применение метода дисконтирования для определения эффективности внедрения инновации. Окупаемость проекта.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 15% для расширения ассортиментной линейки выпускаемой продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 19

1. Цели инновационной компании (превосходство и открытие). Привести примеры реализации целей и инновационных лидеров, которые их достигли.
2. Представление идей руководству. Причины, препятствующие появлению новых идей. Пути их преодоления.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 20% для повышения эффективности управления.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 20

1. Цели инновационной компании (героизм и альтруизм). Привести примеры реализации целей и инновационных лидеров, которые их достигли.
2. Представление идей руководству. Как убедить руководителя в реальном потенциале новой идеи.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 25% для повышения эффективности производства.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 21

1. Стратегические направления инновационной деятельности. Как и в каких случаях они реализуются.
2. Системы управления идеями. Система подачи предложений. Команды непрерывного совершенствования.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 10% для повышения качества продукции.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 22

1. Стратегии управления инновациями. Стратегия интегратора. Условия эффективного применения.
2. Системы управления идеями. Политика открытых дверей. Новые венчурные команды.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 15% для повышения эффективности борьбы с браком.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

## Креативные техники создания инновационных продуктов

## Экзаменационный билет № 23

1. Стратегии управления инновациями. Стратегия организатора. Условия эффективного применения.



2. Системы управления идеями. Инкубатор идей. Инновационная команда. Катализатор инноваций.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 10% для повышения эффективности разработанной стратегии.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 24

1. Стратегии управления инновациями. Стратегия лицензиара. Условия эффективного применения.
2. Методы мотивации творческой деятельности. Творческие принципы работы. Поддержка новаторов.
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 15% для повышения роста производительности труда.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

Креативные техники создания инновационных продуктов

Экзаменационный билет № 25

1. Создание корпоративной культуры. Мотивация творческой деятельности персонала.
2. Инновационное лидерство. Понятие инновационного менеджера. Что должен делать инновационный лидер для развития своей организации
3. Привести пример расчета коммерциализации внедрения инновации при ставке дисконтирования 20% для повышения эффективности управления холдингом.

Профессор кафедры ПМ

Жданкин Н.А.

#### **5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)**

По дисциплине промежуточная аттестация предусмотрена в форме экзамена в 3-м семестре.

По каждому разделу дисциплины предусмотрена текущая аттестация. Текущая аттестация проводится в виде контрольных работ и тестирования в системе [econom.misis.ru/canvas.ru](http://econom.misis.ru/canvas.ru)

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации включает в себя: примерные формулировки вопросов для подготовки к зачету, примерные задания для текущей аттестации (оценочные средства для контрольных работ), методические материалы, определяющие процедуры оценивания.

Предполагается следующая шкала оценок:

- а) «отлично» – студент показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы, грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;
- б) «хорошо» – студент допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильно действует по применению знаний на практике, четко излагает материал;
- в) «удовлетворительно» – студент показывает знания в объеме пройденной программы, ответы излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;
- г) «неудовлетворительно» – студент допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий и промежуточный контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов домашнего задания). Текущий контроль успеваемости включает в себя задания для самостоятельного выполнения и контрольные мероприятия по их проверке.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **6.1. Рекомендуемая литература**

**6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Жданкин Н. А.	Инновационный менеджмент: учебник	Библиотека МИСиС	М.: КНОРУС, 2017

**6.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Фатхутдинов Р. А.	Инновационный менеджмент: учебник для студ. вузов, обуч. по эконом. спец. и направлениям	Библиотека МИСиС	СПб.: Питер, 2004
Л2.2	Жданкин Н. А.	Фабрика инноваций: сб. курсовых работ по дисц. "Инновационный менеджмент"	Электронная библиотека	М.: Изд-во МИСиС, 2012

**6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Э1	LMS Canvas	LMS Canvas
----	------------	------------

**6.3 Перечень программного обеспечения**

П.1	Лицензии ПО Windows Server CAL ALNG LicSAPk MVL DvcCAL, ПО WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr и PerUsr
П.2	Microsoft Visio 2016
П.3	Microsoft Office
П.4	LMS Canvas
П.5	MS Teams
П.6	Консультант Плюс
П.7	Garant.ru
П.8	Power Project
П.9	WinRAR

**6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных****7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Ауд.	Назначение	Оснащение
Читальный зал №3 (Б)		комплект учебной мебели на 44 места для обучающихся, МФУ Xerox VersaLink B7025 с функцией масштабирования текстов и изображений, 8 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.
Любой корпус Мультимедийная	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus
Любой корпус Учебная аудитория	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	доска, комплект учебной мебели на 30 посадочных мест

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Для методического изучения дисциплины рекомендуется изучать темы занятий до их проведения используя литературу, указанную в разделе содержание.