

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Менеджмент в инновационной сфере Б1.Б.8

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мюллер Д.Г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Мюллер Д.Г. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Dmitrij.Mjuller@ksu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) Менеджмент в инновационной сфере является усвоение студентами основных теоретических и практических подходов к организации управления в инновационных сферах деятельности.

В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить современные теоретические концептуальные представления о сущности управления в инновационной сфере, существующие основные методики в сфере организации и обеспечения инновационного менеджмента, а также овладеть современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере инновационного менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.8 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел Б1.Б.8 основной образовательной программы 42.04.01 Медиааналитика и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Обучение студентов по предлагаемой программе ведется с учетом предварительного овладения студентами материалами курсов Основы научных исследований в профессиональной сфере, Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, соответствующих образовательному стандарту Российской Федерации. В свою очередь, учебный материал и навыки, освоенные в процессе успешной работы по данной программе, помогут им при изучении других общих и специальных курсов, связанных с организацией и проведением мероприятий в сфере связей с общественностью.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2 (общекультурные компетенции)	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-7 (профессиональные компетенции)	способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

должен знать современные теоретические подходы к пониманию и организации инновационного менеджмента, существующие основные методики в сфере управления инновациями.

2. должен уметь:

использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.

3. должен владеть:

культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Инновационный процесс как объект управления	2	1	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Теоретические основы инновационного менеджмента	2	2	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Организация инновационной деятельности	2	3	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Управление инновационными преобразованиями	2	4	2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Выбор инновационной стратегии	2	5	2	10	0	письменная работа
4.2 Содержание дисциплины							
Тема 1. Инновационный процесс как объект управления							зачет
лекционное занятие (2 часа(ов)):							
Термин ?инновация?, современные подходы к его пониманию. Классификация инноваций. Инновационный процесс как объект управления. Инновационный процесс: понятие, структура, содержание работ на основных стадиях							
практическое занятие (2 часа(ов)):							
Термин ?инновация?, современные подходы к его пониманию. Классификация инноваций. Инновационный процесс как объект управления. Инновационный процесс: понятие, структура, содержание работ на основных стадиях							
Тема 2. Теоретические основы инновационного менеджмента							
лекционное занятие (2 часа(ов)):							
Инновационный менеджмент: понятие, цели, задачи, функции, основные проблемы. Место инновационного менеджмента в комплексе дисциплин по теории и практике управления. Инновационный менеджмент: возникновение, становление, основные черты. Формы инновационного менеджмента.							
практическое занятие (2 часа(ов)):							
Инновационный менеджмент: понятие, цели, задачи, функции, основные проблемы. Место инновационного менеджмента в комплексе дисциплин по теории и практике управления. Инновационный менеджмент: возникновение, становление, основные черты. Формы инновационного менеджмента							
Тема 3. Организация инновационной деятельности							
лекционное занятие (2 часа(ов)):							
Инновационная деятельность, ее виды. Понятие организации инноваций. Организационные формы инновационной деятельности. Организационная структура инновационного управления. Венчурный инновационный бизнес.							

практическое занятие (2 часа(ов)):

Инновационная деятельность, ее виды. Понятие организации инноваций. Организационные формы инновационной деятельности. Организационная структура инновационного управления. Венчурный инновационный бизнес

Тема 4. Управление инновационными преобразованиями

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Инновационные цели: понятие, формулирование, посторенние дерева целей. Инновационный потенциал. Инновационный климат. Инновационная позиция организации. Инновационная активность организации

практическое занятие (2 часа(ов)):

Инновационные цели: понятие, формулирование, посторенние дерева целей. Инновационный потенциал. Инновационный климат. Инновационная позиция организации. Инновационная активность организации

Тема 5. Выбор инновационной стратегии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Инновационный менеджмент и стратегическое управление. Виды инновационных стратегий. Технология выбора и реализации инновационной стратегии. Научно-техническое прогнозирование инновационной деятельности

практическое занятие (10 часа(ов)):

Инновационный менеджмент и стратегическое управление. Виды инновационных стратегий. Технология выбора и реализации инновационной стратегии. Научно-техническое прогнозирование инновационной деятельности

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Инновационный процесс как объект управления	2	1	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Теоретические основы инновационного менеджмента	2	2	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Организация инновационной деятельности	2	3	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
4.	Тема 4. Управление инновационными преобразованиями	2	4	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
5.	Тема 5. Выбор инновационной стратегии	2	5	подготовка к письменной работе	4	письменная работа
	Итого				44	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе изучения курса наряду с традиционными формами обучения (лекционные и семинарские занятия) предусматривается вовлечение студентов в процесс освоения конкретных практических подходов к организации и проведению маркетинговых исследований в рамках практических занятий, предполагающих: работу студентов с кейсами, разработка студентами типовых выборок маркетингового исследования, тренировка навыков и умений в области обработки результатов исследования, проведение реального опроса общественного мнения с обработкой результатов и подготовкой аналитического отчета.

В рамках практических занятий предполагается использование работы в группах с использованием материалов, представленных в сети Интернет на тематических ресурсах

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Инновационный процесс как объект управления

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение инновации. В чем отличие инновации и новшества? 2. Охарактеризуйте инновацию-продукт и инновацию-процесс. 3. Что понимается под технологическими инновациями? Назовите виды технологических инноваций. 4. В чем суть стратегических и реактивных инноваций? 5. Приведите примеры управленческих, маркетинговых, социальных, технологических инноваций. 6. Почему инновационный процесс как объект управления более сложен, чем производственный процесс? 7. Какие основные этапы инновационного процесса вам известны? Охарактеризуйте их. 8. Какие подходы к организации инновационного процесса вам известны? Охарактеризуйте их.

Тема 2. Теоретические основы инновационного менеджмента

устный опрос , примерные вопросы:

1. Какие функции субъекта инновационного вам известны? В чем специфические особенности этих функций? 2. Что является объектом управления инновационного менеджмента? 3. Охарактеризуйте основные группы субъектов инновационного процесса. 4. Охарактеризуйте основные этапы в развитии инновационного менеджмента. Какова специфика современного этапа развития инновационного менеджмента? 5. Назовите основные формы инновационного процесса, приведите примеры.

Тема 3. Организация инновационной деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение понятиям ?инновационная деятельность? и ?инновационная инфраструктура?. 2. Какие организационные формы инновационного управления вам известны? 3. Назовите особенности организации инновационной деятельности. 4. Охарактеризуйте принципы эффективной организации инновационного процесса. 5. Что понимается под рисковыми подразделениями компаний? 6. В чем сущность венчурного бизнеса? 7. Охарактеризуйте специализированные технопарковые организационные формы инновационной деятельности. Опишите их роль в создании инноваций на федеральном уровне. 8. Какие организационные изменения принимают крупные и мелкие фирмы при освоении новой продукции? 9. Раскройте достоинства и недостатки проектной и матричной структур управления инновациями?

Тема 4. Управление инновационными преобразованиями

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение инновационной цели. Сформулируйте правила построения дерева цели и приведите пример расчета его параметров. 2. Какие требования предъявляются к формулированию инновационных целей. 3. Чем характеризуется инновационный потенциал предприятия? 4. Какие существуют подходы к структуре и подходы к оценке инновационного потенциала? 5. В чем суть оценки инновационного климата организации? 6. Какова структура внешней среды организации? Какие инструменты применяются для анализа внешней среды предприятия? 7. Как взаимосвязаны понятия ?инновационный потенциал?, ?инновационный климат?, ?инновационная позиция?, ?инновационная культура?? 8. Какие показатели позволяют оценить инновационную активность предприятия?

Тема 5. Выбор инновационной стратегии

письменная работа , примерные вопросы:

1. Назовите основные принципы, по которым можно сгруппировать инновационные стратегии. 2. Какие стратегии инновационной деятельности выделяются в зависимости от объекта инновационных изменений? 3. Какие стратегии выделил исследователь Л.Г. Раменский? В чем их суть? Соотнесите типы стратегий Л.Г. Раменского с классификацией Х. Фризевинкеля. 4. Какие стратегии НИОКР и стратегии внедрения и адаптации вам известны? От чего зависит выбор и принятие к реализации той или иной стратегии? 5. Каков порядок (алгоритм) разработки инновационной стратегии? 6. Какие базовые стратегии роста вам известны? От чего зависит выбор стратегии?

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Термин "инновация", современные подходы к его пониманию.
2. Классификация инноваций.
3. Инновационный процесс как объект управления.
4. Инновационный процесс: понятие, структура, содержание работ на основных стадиях
5. Инновационный менеджмент: понятие, цели, задачи, функции, основные проблемы.
6. Место инновационного менеджмента в комплексе дисциплин по теории и практике управления.
7. Инновационный менеджмент: возникновение, становление, основные черты.
8. Формы инновационного менеджмента.
9. Инновационная деятельность, ее виды.
10. Понятие организации инноваций.
11. Организационные формы инновационной деятельности.
12. Организационная структура инновационного управления.
13. Венчурный инновационный бизнес.
14. Инновационные цели: понятие, формулирование, построение дерева целей.
15. Инновационный потенциал.
16. Инновационный климат.
17. Инновационная позиция организации.
18. Инновационная активность организации
19. Инновационный менеджмент и стратегическое управление.
20. Виды инновационных стратегий.
21. Технология выбора и реализации инновационной стратегии.
22. Научно-техническое прогнозирование инновационной деятельности.

7.1. Основная литература:

1. Инновационный менеджмент предприятия: учебное пособие Базилевич А.И. Юнити-Дана - 2012 год - 231 страница

2. Инновационный менеджмент: Учебное пособие Кожухар В.М. Дашков и К - 2011 год - 292 страницы
3. Инновационный менеджмент: учебник под ред. С.Д. Ильенковой Юнити-Дана - 2012 год - 335 страниц

7.2. Дополнительная литература:

Управление операциями. Операционный менеджмент, Желтенков, А.В., 2005г.
Экономический анализ в системе финансового менеджмента, Зенкина, Ирина Владимировна, 2007г.
Информационный менеджмент, Симионов, Юрий Федорович;Бормотов, Виктор Валентинович, 2006г.
Основы информационного менеджмента, Костров, Алексей Владимирович, 2004г.
Менеджмент инвестиций и инноваций, Гончаренко, Людмила Петровна, 2009г.

7.3. Интернет-ресурсы:

1. консалтинговая группа - <http://md-hr.ru/>
2. портал - <http://www.prjman.ru/>
3. Портал - <http://www.cfin.ru/>
4. портал - <http://www.pr-lecture.narod.ru/index.html>
5. Российский журнал менеджмента - <http://www.rjm.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент в инновационной сфере" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Материально-техническим обеспечением дисциплины Маркетинг в СМИ являются компьютерный класс на 12 мест с выходом в Интернет, мультимедиа-проектор и портативный компьютер для организации мультимедиа-сопровождения занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Геобрендинг .

Автор(ы):

Мюллер Д.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.