

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Информационные системы цифровой экономики»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Инновационный менеджмент»

Направление подготовки:	<u>38.03.05 – Бизнес-информатика</u>
Профиль:	<u>Информационные системы в бизнесе</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель преподавания дисциплины «Инновационный менеджмент» состоит в формировании целостного представления о преимуществе и перспективности экономического развития страны, организации на основе инноваций; в ознакомлении с основами инновационной теории и специфическими задачами менеджмента в инновационной деятельности; в изучении форм, механизмов и методов реализации и экспертизы инновационных проектов.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Инновационный менеджмент" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-1	Способен контактировать с заказчиками по эффективности внедрения инноваций в сфере ИТ и ИКТ на транспорте
ПКС-2	Способен принимать решения по управлению техническими, программно-технологическими и человеческими ресурсами

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В обучении студентов по данной дисциплине используются: 1. при проведении лекционных занятий: - вводная; - лекция-информация; - проблемная лекция; - лекция визуализация. 2. для проведения лабораторных занятий: - проектная технология; - технология учебного исследования; - техника «круглый стол»; - техника «публичная защита»; - технология обучения в сотрудничестве и в малых группах; - технология проблемного обучения; - технологии дистанционного обучения; - разбор конкретных ситуаций..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Новизна как главный фактор конкурентных преимуществ фирмы

Тема 1. Инновации и ее основные свойства.

Тема 2. Классификация инноваций.

Тема 3. Основные понятия инновационного процесса.

Тема 4. Коммерциализация интеллектуальной собственности

Тема 5. Организационные формы инновационной деятельности.

Тема 5. Сущность инновационного менеджмента. Структура системы инновационного менеджмента организации.

РАЗДЕЛ 2

Инновационный потенциал

Тема 1. Источники инновационных идей. Оценка инновационного потенциала организации.

Тема 2. Классификация инновационных организаций. Отличие swot-анализа от pest-анализа. Pest-анализ рынка.

Тема 3. Оценка потенциала организации. Основа классификации инновационных организаций.

РАЗДЕЛ 3

Инновации во времени и в экономическом пространстве

Тема 1. Эволюция технологических укладов. Жизненный цикл инноваций. Три рынка инновационной деятельности.

Тема 2. Основные фазы инновационного процесса. Маркетинг. Инвестирование.

Тема 3. Рынки инновационной деятельности. Рынок интеллектуального продукта: основной субъект рынка, виды интеллектуальной собственности. Открытие и изобретение. Промышленный образец, ноу-хау, товарный знак.

РАЗДЕЛ 3

Инновации во времени и в экономическом пространстве

тестирование

РАЗДЕЛ 4

Процессы управления инновационными проектами

Тема 1. Управление инновационным научно-исследовательским проектом. Задачи инвестиционного проекта инвестиционное проектирование.

Тема 2. Бизнес-идея. Бизнес-план. Бизнес-план инновационного проекта, пути развития фирмы.

Тема 3. Венчурный бизнес

РАЗДЕЛ 5

Стратегия и конкуренция

Тема 1. Базовые стратегии М. Портера и А.Ю. Юданова. Стратегические подходы к созданию и управлению инновациями.

Тема 2. Стратегическая миссия инновационной фирмы. Стратегический план инновационной фирмы.

Тема 3. Сущность конкуренции в инновационной деятельности. Конкурентоспособность нового товара.

РАЗДЕЛ 5

Стратегия и конкуренция

тестирование

РАЗДЕЛ 6

Политика инновационной организации

Экзамен