

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИТТСУ



П.Ф. Бестемьянов

26 мая 2020 г.

Кафедра «Управление инновациями на транспорте»

Автор Ляпина Светлана Юрьевна, д.э.н., профессор

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Коммерциализация результатов научно-технической деятельности**

Направление подготовки:	<u>27.03.05 – Инноватика</u>
Профиль:	<u>Проектное управление в инновационной сфере</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 10 26 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">С.В. Володин</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 1 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">В.Н. Тарасова</p>
---	--

Москва 2020 г.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины «Коммерциализация результатов научно-технической деятельности» является формирование теоретических знаний и практических навыков коммерциализации результатов научно-технической деятельности, необходимых для успешной реализации полученных знаний и навыков на практике: при работе, связанной с управлением интеллектуальной собственностью, на предприятиях.

Для достижения цели в процессе обучения дисциплины «Коммерциализация результатов научно-технической деятельности» необходимо реализовать следующие задачи:

- формирование целостной системы знаний, описывающих процесс коммерциализации результатов научно-технической деятельности;
- выработка предпосылок для развития методологии коммерциализации результатов научно-технической деятельности;
- формирование компетенций, позволяющих обеспечить рациональность, результативность и эффективность коммерциализации результатов научно-технической деятельности,
- выработку практических навыков в сфере коммерциализации результатов научно-технической деятельности.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Коммерциализация результатов научно-технической деятельности" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Маркетинг в инновационной сфере:**

Знания: принципы и подходы к исследованию инновационных процессов, закономерности и особенности маркетинга инновационных продуктов; содержание маркетинговой деятельности современного предприятия, задачи управления маркетингом и способы их решения

Умения: разрабатывать комплекс маркетинга, эффективно использовать его инструменты в сфере инновационных продуктов

Навыки: проведения маркетингового анализа (покупателей, конкурентов, товарной, ассортиментной и ценовой политик и др.) по открытым источникам информации;

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

### **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способность проводить исследования инновационной инфраструктуры	ПКС-1.3 Способен проводить маркетинговые исследования в инновационной сфере, выбирать маркетинговую стратегию освоения инноваций. ПКС-1.4 Способен проводить анализ хозяйственной деятельности в инновационной сфере, решать задачи управления рисками в инновационной деятельности.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 7
Контактная работа	50	50,15
Аудиторные занятия (всего):	50	50
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	49	49
Экзамен (при наличии)	45	45
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	7	Раздел 1 Введение в коммерциализацию результатов научно-технической деятельности	4		6		6	16	
2	7	Раздел 2 Объекты интеллектуальной собственности, создаваемой как результат научно-технической деятельности	4		6		7	17	
3	7	Раздел 3 Концепция товара и прототипирование	4		6		8	18	
4	7	Раздел 4 Разработка нового товара	2		4		8	14	
5	7	Раздел 5 Продвижение нового товара на рынок Этапы эволюции рынков. Характеристики. Категории потребителей и их особенности. Стратегические решения этапа продвижения. Стратегия товара. Стратегия маркетинга. Конкурентная позиция. Корпоративная стратегия. Тактические решения этапа продвижения: по продукту, по цене, по продвижению, по распределению. Инструменты и методы маркетингового анализа на этапе продвижения. Критические факторы успеха при продвижении.	2		4		8	14	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Особенности продвижения высокотехнологичных товаров. Влияние интернационализации на продвижении новых товаров							
6	7	Раздел 6 Организационные аспекты коммерциализации Эволюция типа компаний: Seed, Start Up, Early stage, Expansion. Цели компаний на различных этапах эволюции. Особенности ме-неджмента и мотивации персонала. Ключевые фак-торы для инновационной организации. Источники финансирования на разных этапах. Технологии управления процессом коммер-циализации. Stage Gate мо-дель. Основные факторы успеха и неудач коммерци-ализации			8		8	61	ПК2
7	7	Раздел 7 Капитализация объектов интеллектуальной собственности в процессе коммерциализации результатов научнотехнической деятельности Объекты интеллектуальной собственности как немате-риальные активы. Поста-новка на учет объектов ин-теллектуальной собствен-ности. Амортизация и спи-сание объектов интеллекту-альной собственности.					4	4	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Всего	Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Налогообложение операций с объектами интеллекту-альной собственности								
8	7	Экзамен						45	ЭК	
9		Всего:	16		34		49	144		

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	7	РАЗДЕЛ 1 Введение в коммерциализацию результатов научно-технической деятельности	Введение в ком-мерциализацию ре-зультатов научно-технической дея-тельности	6
2	7	РАЗДЕЛ 2 Объекты интеллектуальной собственности, создаваемой как результат научно-технической деятельности	Объекты ин-теллектуаль-ной соб-ственности, создаваемой как результат научно-технической деятельности	6
3	7	РАЗДЕЛ 3 Концепция товара и про-тотипирова-ние	Концепция товара и про-тотипирова-ние	6
4	7	РАЗДЕЛ 4 Разработка нового товара	Разработка нового товара Анализ атрибутов товара с помощью модели Канон Цель занятия – выработать навыки практического использования модели Канон Форма проведения – практические задания, предусматривающее генерацию концепции нового товара, идентификацию ключевых атрибутов, разработку опросников Канон, проведение опроса и определение типа атрибута на основе анализа собранной информации.	4
5	7	РАЗДЕЛ 5 Продвижение нового товара на рынок	Продвижение нового товара на рынок Стратегические и тактические решения этапа продвижения на рынок Цель занятия – развить компетенции в разра-ботке решений по продвижению новых товаров и технологий на рынок Форма проведения – анализ кейсов, иллюстрирующих стратегические и тактические решения этапа продвижения на рынок нового товара и новой технологии	4
6	7	РАЗДЕЛ 6 Организационные аспекты коммерциализации	Организационные аспекты коммерциализации Менеджмент и мотивация персонала в компаниях, находящихся на различных этапах эволюции Цель занятия – развить компетенции в управлении процессом коммерциализации на различных этапах жизненного цикла. Форма проведения – анализ кейсов, иллюстрирующих различные модели управления и различные модели мотивации персонала в инновационных компаниях	8
ВСЕГО:				34 / 0

#### **4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Основными образовательными технологиями являются классические лекции в виде изложение основных концептуальных положений дисциплины, сопровождаемые мультимедийными презентациями. На практических занятиях используются методы интерактивного обучения: метод Сократа (управляемых дискуссий по теме занятий), анализ кейсов, выполнение практических заданий. В качестве текущего контроля знаний используется тестирование по каждой из тем дисциплины и итоговой контрольной работы по всем темам. Кроме того, в течение семестра студенты готовят рефераты и их презентации, выполненные на основе углубленного изучения отдельных проблем по темам дисциплины.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	7	РАЗДЕЛ 1 Введение в коммерция-лизацию ре-зультатов научно-технической деятельности	Введение в коммерция-лизацию ре-зультатов научно-технической деятельности	6
2	7	РАЗДЕЛ 2 Объекты интеллектуальной собственности, создаваемой как результат научно-технической деятельности	Введение в коммерция-лизацию ре-зультатов научно-технической деятельности	7
3	7	РАЗДЕЛ 3 Концепция товара и про-тотипирова-ние	Концепция товара и про-тотипирова-ние	8
4	7	РАЗДЕЛ 4 Разработка нового товара	Разработка нового товара Изучение литературы. Под-бор данных по теме. Подго-товка к тестированию. Со-гласование развернутого плана реферата и основных его положений	8
5	7	РАЗДЕЛ 5 Продвижение нового товара на рынок	Продвижение нового товара на рынок Изучение литературы. Под-бор данных по теме. Подго-товка к тестированию. Под-готовка реферата для про-верки	8
6	7	РАЗДЕЛ 6 Организационные аспекты коммерциализации	Организационные аспекты коммерциализации Изучение литературы. Под-бор данных по теме. Дора-ботка реферата (в случае необходимости). Подготовка к контрольной работе	8
7	7	РАЗДЕЛ 7 Капитализация объектов интеллектуальной собственности в процессе коммерциализации результатов научнотехнической деятельности	Капитализация объектов ин-теллектуальной собстенно-сти в процессе коммерция-лизации результатов научно-технической деятельности Изучение литературы. Под-бор данных по теме. Презен-тация и защита реферата	4
<b>ВСЕГО:</b>				<b>49</b>

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок	Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В.	М.:Изд-во «Де-ло» АНХ, 2009	1-7

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
-------	--------------	-----------	--------------------------------------	--

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Информационно-поисковая система Роспатента:

[http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content\\_ru/ru/inform\\_resources/inform\\_retrieval\\_system/](http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/inform_resources/inform_retrieval_system/)

Российская сеть трансфера технологий RTTN: <http://www.rtt.ru>

Список Интернет-ресурсов:

<http://www.12manage.com>

<http://www.intb.ru/>

<http://www.inovation-systems.ru/article/>

<http://www.ateh.by.ru>

<http://www.inventech.ru>

<http://www.cfin.ru>

<http://www.gfdi.org>

<http://www.gfd-capture.com>

<http://www.npd-solution.com>

<http://www.big.spb.ru>

<http://www.marketing-lab.com.ua/>

<http://www.triz-journal.com.ua/>

<http://www.prod-dev.com/stagegate.shtml>

<http://www.newproductdynamics.com>

<http://www.stage-gate.com>

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для выполнения занятий необходимо обеспечить доступ студентам к программному обеспечению MS Office (MS Word, MS Power Point, Visio) или Open Office.

## 10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

В ходе учебного процесса студентам предлагаются демонстрационные материалы по изучаемым темам (презентации лекций). В ходе изучения курса используются следующие программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей программные продукты:

LCD-проектор

Ноутбук

Экран

Флипчарт

Фломастеры

Для дополнительных консультаций используется электронная почта (студенты могут обращаться к преподавателю с вопросами по текущим темам дисциплины, а также за консультациями по поводу дополнительной литературы, справочных данных и т.п.).

В процессе самостоятельных занятий и подготовки к практическим занятиям студенты могут использовать ресурсы сети Интернет, включая сайты органов государственной власти, крупнейших российских и зарубежных компаний, российских и зарубежных университетов и исследовательских организаций, а также деловой и профессиональной прессы и бизнес-сообществ.

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

-