

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»  
Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

*Т.Ф.Мельникова, О.М. Калиева, Е.Г.Кащенко*

# **ИННОВАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **Методические указания**

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Оренбург  
2018

УДК 339.1(0765)

ББК 65.422я7

М48

Рецензент – доцент, кандидат экономических наук И.Б. Береговая

**Мельникова, Т.Ф.**

М 48

Инновации в коммерческой деятельности: методические указания/ Т.Ф. Мельникова, О.М. Калиева, Е.Г. Кащенко; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018.

В методических указаниях представлены рекомендации по изучению разделов дисциплины, по подготовке к практическим занятиям, по организации самостоятельной работы студентов, по работе с литературой и информационными ресурсами по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности».

Методические указания по дисциплине необходимы студентам очной и заочной формы обучения по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело.

УДК 339.1(0765)

ББК 65.422я7

© Мельникова Т.Ф.,  
Калиева О.М.,  
Кащенко Е.Г.

© ОГУ, 2018

## Содержание

Введение.....	4
1 Рекомендации по изучению разделов дисциплины.....	7
1.1 Содержание разделов дисциплины.....	7
1.2 Практические задания и задачи.....	9
1.3 Тестовые задания для контроля знаний .....	11
2 Рекомендации по подготовке к практическим занятиям .....	13
3 Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.....	15
3.1 Перечень самостоятельных работ студентов по дисциплине .....	15
3.2 Рекомендации по выполнению индивидуального творческого задания...	17
3.3 Рекомендации по написанию письменных работ студентов.....	19
3.4 Рекомендации по самостоятельному изучению разделов дисциплины ....	21
3.5 Рекомендации по самоподготовке студентов .....	24
Список использованных источников .....	31

## Введение

В настоящее время введение инноваций в деятельность предприятий и организаций является одним из методов успешной деятельности в условиях конкурентной борьбы на рынке. В соответствии с международными стандартами инновация определяется как итоговый результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или же усовершенствованного товара или технологического процесса, который используется в практической деятельности.

Многие предприятия в наши дни заняты постоянным поиском инновационных разработок и проектов.

Поэтому, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Коммерция» и «Общий профиль» включена учебная дисциплина «Инновации в коммерческой деятельности». Процесс изучения дисциплины «Инновации в коммерческой деятельности» направлен на формирование следующих результатов обучения:

ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

При изучении дисциплины «Инновации в коммерческой деятельности» большое значение имеет внеаудиторная работа студента. Дисциплина ориентирована на широкое применение студентом различных видов самостоятельной работы: изучение обязательной и дополнительной литературы, выполнение индивидуальных и групповых упражнений, подготовку групповых устных и PowerPoint презентаций, анализ конкретных ситуаций.

Данные методические указания предназначены для изучения дисциплины «Инновации в коммерческой деятельности» и представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студентам оптимальным образом организовать процесс самостоятельного и более глубокого изучения. Рекомендации сформулированы таким образом, что большую часть времени студенты уделяют самостоятельной работе. Содержание этих рекомендаций включает:

- планирование и организация времени, необходимые для изучения дисциплины;
- использование материала учебно-методического комплекса;
- работу с литературой;
- подготовку к экзамену;
- работу с материалами для текущего, промежуточного и итогового контроля.

В методических указаниях представлено содержание разделов дисциплины, практические задания и задачи, тестовые задания для контроля знаний. Рекомендации по подготовке к практическим и лабораторным занятиям содержат темы и содержание занятий. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов отражают перечень и

тематику самостоятельных работ студентов по дисциплине, контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины, и рекомендации по написанию письменных работ студентов. В методических указаниях по дисциплине также представлены рекомендации по работе с литературой и информационными ресурсами, включающие перечень источников с краткой характеристикой. Вопросы для самостоятельной оценки знаний позволят студентам осуществлять контроль освоения дисциплины.

Подготовка рефератов, выполнение заданий на понимание терминов, самостоятельная работа требует от студентов знаний теории маркетинга, его принципов и методов, используемых для решения конкретных задач. Тестирование предполагает выбор правильных ответов из нескольких вариантов. При выполнении задач нужно умение применять теорию и пользоваться инструментарием маркетинга и коммерции.

Методические указания по изучению дисциплины составлены в соответствии с требованиями к ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Коммерция» и «Общий профиль», СТО 02069024.001-2015 Стандарт организации. Правила построения, изложения, оформления и обозначения.

Методические указания по дисциплине будут полезны студентам очной и заочной формы обучения по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Коммерция» и «Общий профиль» 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг и продвижение инноваций», преподавателям, осуществляющим преподавание данной дисциплины.

## **1 Рекомендации по изучению разделов дисциплины**

Лекции являются одним из основных методов обучения по дисциплине, которые должны решать следующие задачи:

- изложить важнейший материал программы курса;
- развить у студентов потребность к самостоятельной работе над учебником и научной литературой.

При конспектировании лекций студентам необходимо излагать услышанный материал на лекции своими словами. Необходимо выделять важные места в своих записях. Лекционный материал необходимо кратко записывать, обращая внимание на логику изложения материала, аргументацию и приводимые примеры. Лекционный материал следует просматривать в тот же день когда читалась лекция, помечая непонятные места.

Рекомендуемую дополнительную литературу следует прорабатывать после изучения данной темы по учебнику и материалам лекции. При подготовке материала необходимо обращать внимание на точность определений, последовательность изучения материала, аргументацию, собственные примеры, анализ конкретных ситуаций.

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы. Рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания и умения и навыки с помощью решения практических заданий, по контрольным вопросам и тестам.

### **1.1 Содержание разделов дисциплины**

**Раздел № 1. Инновации в торговле.** Основные черты инноваций, организация инновационного управления торговым предприятием, инновационные технологии производственной деятельности. Значение

инноваций. Методология инновационных процессов. Функции и методы инновационного управления. Организация инновационной деятельности. Этапы инновационного управления.

Дополнительные источники:

1. Вьюгина, Л. К. Инновационный менеджмент [Текст] : структурные схемы и таблицы: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Л. К. Вьюгина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 104 с. : ил. - Библиогр.: с. 101-102. - ISBN 978-5-238-02278-9.

2. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент" и специальностям экономики и управления / под ред. С. Д. Ильенковой. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 392 с. : ил. - Библиогр.: с. 387. - Терминол. указ.: с. 388-389. - ISBN 978-5-238-02303-8.

3. Тебекин, А. В. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. - Москва : Юрайт, 2012. - 476 с. : табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 476. - ISBN 978-5-9916-1763-5.

4. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / В. Г. Медынский. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 295 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 289-291. - ISBN 978-5-16-002226-0.

**Раздел № 2. Инновационный проект.** Стадии разработки инновационного проекта. Источники финансирования инновационного проекта. Методы оценки инвестиционного проекта. Мероприятия и рекомендации по инновационному проекту.

Дополнительные источники:

1. Инвестиционное проектирование [Текст] : учебник / Р. С. Голов [и др.]. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2012. - 366 с. - Библиогр.: с. 362-365. - ISBN 978-5-394-01455-0.

2. Проскурин, В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов [Текст] : учебное пособие / В. К. Проскурин; под ред. И. Я. Лукасевича ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 112 с. : ил. - (Вузовский учебник). - На обл.: 95 лет. Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Библиогр.: с. 110-111. - ISBN 978-5- 9558-0212-1. - ISBN 978-5-16-004936-6.

3. Якобсон, А. Я. Инновационный менеджмент [Текст] / А. Я. Якобсон.- 2-е изд., стер. - М. : Омега - Л, 2014. - 176 с. - (Библиотека высшей школы). - Слов. терминов: с. 138-174. - Библиогр.: с. 175-176. - ISBN 978-5-370-02753-6.

**Раздел № 3. Коммерческая деятельность и инновации.** Зарубежный и отечественный опыт инновационного развития торговых организаций. Формирование конкурентных преимуществ. Факторы активизации инновационной деятельности предприятий торговли. Система качественных и количественных критериев комплексной оценки рисков инновационной деятельности торгового предприятия. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности.

Дополнительные источники:

1. Бекетов Н.В. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // Проблемы современной экономики. 2011. № 2(26).

## **1.2 Практические задания и задачи**

### **Задание № 1**

Составьте классификационное описание для следующих инноваций, используя классификатор, представленный в таблице 1:

- 1) вывод на рынок одноразовых мобильных телефонов;
- 2) использование новых светоотверждаемых клеев для крепежа конструктивных элементов взамен сварки;
- 3) освоение нового месторождения руды с высоким содержанием редкоземельных металлов;

4) создание центра стратегических исследований в нефтегазодобывающей компании;

5) разработка программы развития экспорта строительных материалов из древесины в страны Западной Европы и США.

Таблица 1 - Классификатор новаций, инновационных процессов, нововведений

Базовые признаки объектов классификации	Группировка типологических понятий по базовым признакам
1	2
Новации (новшества)	– научно-технические, – технологические, – экономические, – организационные, – управленческие
Степень новизны идеи	– абсолютная, – относительная, – условная, – частная
Инновационный потенциал	– радикальный, – комбинированный, – модифицированный.
Инновационные процессы	– основные цели, – время проведения, – стоимость, – инвестиции, – риски (экономические, коммерческие).
Особенности организации инновационных процессов	– внутриорганизационные, – межорганизационные, – проектно-программные, – конкурсные.
Нововведения (инновации)	– простой продукт, – сложный инновационный продукт, – модификации продуктов, – технологические процессы, – услуги.
Уровень разработки и распространения нововведений	– государственный, – регионально-республиканский, – отраслевой, – корпоративный, – фирменный.
Распространения нововведений	– промышленная, – научно-педагогическая, – правовая.

### **Задание №2.**

Определите последовательность мероприятий при реализации инновационного проекта изготовления опытного образца новой продукции бытового назначения (учитывая возможности запараллеливания отдельных работ). Постройте сетевой график и рассчитайте сроки и резервы выполнения работ по данным, представленным в таблице 2.

Таблица 2 - Мероприятия процесса реализации инновационного проекта изготовления опытного образца новой продукции бытового назначения

Содержание работы	Оценка примерной продолжительности, дней	
	Минимальная	Максимальная
Выполнение заказов на поставку сырья, материалов и комплектующих на новую продукцию	5	10
Изготовление и монтаж электронных схем для новой продукции	12	16
Изготовление и сборка узлов корпуса и механических конструкций для новой продукции	18	22
Контрольные испытания опытного образца новой продукции	7	11
Общая компоновка новой продукции	5	8
Оформление и размещение заказов на поставку сырья, материалов и комплектующих на новую продукцию	3	5
Подготовка технического задания на составление рабочей документации по эксплуатации новой продукции	6	9
Проектирование и разработка технологии изготовления корпуса и механических конструкций для новой продукции	22	26
Проектирование и разработка технологии изготовления электронных схем для новой продукции	16	19
Разработка рабочей документации по эксплуатации новой продукции	4	6
Разработка технических условий на новую продукцию	10	12
Сборка опытного образца	3	6
Спецификация и подготовка технических требований на элементы конструкции новой продукции	13	16

### 1.3 Тестовые задания для контроля знаний

1 Что такое инновация:

- процесс использования новшества;
- новшество, не внедренное в производственный процесс;
- управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства;
- **нововведения, имеющие практическое внедрение в производственном процессе.**

*2 Выделите два подхода к определению сущности нововведения:*

- нововведение — открытие новых знаний и технических решений;
- **нововведение — результат творческого процесса в виде новой продукции, технологии, метода управления;**
- нововведение — радикальное изобретение;
- нововведение — новый способ удовлетворения сложившихся общественных потребностей, дающий прирост полезного эффекта и, как правило, основанный на достижениях науки и техники.

*3 Инновационная деятельность предприятия это:*

- деятельность, связанная с осознание потребности или возможности изменений, поиск и разработка новшества;
- **вид деятельности, непосредственно связанный с получением, воспроизводством новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики;**
- сертификация наукоемкой продукции, предоставление осваивающим и производящим ее предприятиям услуг в области стандартизации и контроля качества.

*4 Научно-технический профиль предприятия – это:*

- **области науки и техники, в которых работает предприятие;**
- совокупность видов продукции, определяющих направленность деятельности предприятия;
- графическое отображение результатов анализа научно-технического потенциала предприятия.

*5 Что является главным результатом экономической оценки нововведения:*

- **экономический эффект;**
- цена товара;
- ценность нововведения;
- свойства товара.

*6 Инновационный проект — это:*

- ожидаемый результат инновации;
- формирование и реализация плана разработки конкретной инновации;
- **пакет документов, фиксирующих план разработки инновации;**
- инновационная идея.

*7 Назовите отличия инновационного проекта от инвестиционного проекта:*

- **более высокая степень неопределенности;(50%)**
- более высокая вероятность получения высокой прибыли;
- наличие научных и технических разработок;
- **вовлечение в реализацию проектов уникальных ресурсов.(50%)**

*8 К качественным критериям отбора инновационного проекта относят:*

- финансовые критерии;
- научно-технические критерии;
- оценка рыночных перспектив;
- **все перечисленные.**

*9 Инновационной может быть признана продукция, которая:*

- **является результатом выполнения инновационного проекта;(50%)**
- прошла экспертизу;
- будет приносить прибыль;
- **производится впервые, или не впервые, и по сравнению с другой аналогичной продукцией является конкурентоспособной и имеет высокие технико-экономические показатели.(50%)**

*10 Главной целью инновационного процесса являются:*

- **создание и использование инноваций;**
- повышение эффективности деятельности предприятия;
- проведение организационных изменений.

## **2 Рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Целью практических занятий является:

- закрепление методов приложения теории к решению практических задач;

- проверка уровня понимания студентами вопросов, рассмотренных на лекциях и по учебной литературе, степени и качества усвоения материала студентами;

- обучение навыкам освоения расчетных методик и работы с нормативно-справочной литературой;

- восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказание помощи в его усвоении.

В начале очередного практического занятия необходимо сформулировать цель, поставить задачу, указать возможные варианты и методы решений, предостеречь от наиболее часто встречающихся ошибок при ее решении. Затем каждый студент решает задачу по теме практического занятия. Параллельно преподаватель контролирует ход выполнения предшествующих разделов и путем беседы с каждым студентом проверяет уровень и качество усвоения предшествующего материала.

Выполнение практической работы студенты производят в письменном виде. Отчет предоставляется преподавателю в электронном и печатном виде.

Видами практических занятий по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» являются:

- диалоговый семинар (беседа) с анализом конкретных ситуаций;
- тематический семинар;
- исследование;
- проблемный семинар.

Таблица 1 – Темы и содержание практических занятий для студентов очной формы обучения

№	Тема	Вид практического занятия	Содержание занятия	Кол-во часов
1	2	3	4	5
1	Основные черты инноваций, организация инновационного	Семинар с анализом конкретных ситуаций	Изучение основ инноваций. Рассмотрение вопросов о роли инноваций в управлении торговым	2

	управления торговым предприятием		предприятием	
2	Этапы инновационного управления	Семинар с анализом конкретных ситуаций	Изучение содержания этапов инновационного управления	2
3	Источники финансирования инновационного проекта	Тематический семинар	Изучение всех видов финансирования инновационного проекта .	2
4	Методы оценки инвестиционного проекта	Семинар с анализом конкретных ситуаций	Изучение основных методов оценки инвестиционного проекта	2
5	Мероприятия и рекомендации по инновационному проекту	Проблемный семинар	Анализ применения современных технологий инновационных проектов	2
6	Зарубежный и отечественный опыт инновационного развития торговых организаций	Семинар с анализом конкретных ситуаций	Изучение и анализ основных направлений развития инноваций в России и за рубежом	2
7	Факторы активизации инновационной деятельности предприятий торговли	Проблемный семинар	Рассмотрение проблем возникающих при активизации инновационной деятельности предприятия	2
8	Система качественных и количественных критериев комплексной оценки рисков инновационной деятельности торгового предприятия	Семинар с анализом конкретных ситуаций	Проведение исследования качественных и количественных критериев рисков инновационной деятельности торгового предприятия	2

### **3 Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

#### **3.1 Перечень самостоятельных работ студентов по дисциплине**

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» включает:

- самостоятельное изучение отдельных тем разделов, связанных с поиском и привлечением основных и дополнительных источников информации и выполнением заданий по теме исследования;
- поиск и изучение дополнительной литературы и электронных баз данных в соответствии с программой дисциплины;
- консультации с преподавателем по наиболее сложным темам, разделам проектов, вопросам;
- выполнение самостоятельной тематической, научно-аналитической работы, предложенной преподавателем или членами проектной группы (анализ источников, отбор и анализ данных, ссылки на источники, подготовка презентации или ее разделов);
- выполнение контрольной работы и письменных заданий, анализ конкретных ситуаций;
- подготовка к практическим занятиям.

Целью самостоятельной работы студентов по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными навыками и умениями по дисциплине, опытом творческой и исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студента способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа студента по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях и практических занятиях;
- при личном контакте с преподавателем на консультациях, в ходе творческих контактов, при выполнении индивидуальных заданий и т.п.;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении студентом учебных, исследовательских и творческих задач.

По дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:

- выполнение индивидуального творческого задания;
- написание реферата;
- самостоятельное изучение разделов;

-самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям; подготовка к рубежному контролю и т.п.)

Задания для самостоятельной работы студента обеспечивают усвоение материала, проработанного в аудитории и самостоятельную работу над новым материалом по изучаемой теме, ориентирующую на повторение пройденного, работу с различными источниками и критическое сравнение (сопоставление) знаний, получаемых из различных источников.

### **3.2 Рекомендации по выполнению индивидуального творческого задания**

Индивидуальное творческое задание по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» для студентов представлено в форме проектно-исследовательской работы по теме «Разработка нового продукта» -

это разработка оригинальных продуктов, улучшение продуктов и их модернизация.

Процесс разработки нового продукта состоит из восьми этапов:

- генерация идей;
- отбор идей;
- разработка концепции и ее проверка;
- разработка маркетинговой стратегии;
- анализ бизнеса;
- разработка непосредственно продукта;
- пробный маркетинг;
- коммерческое производство.

Задание выполняется на основе объекта, определенного для студента преподавателем. Исследование должно быть выполнено на примере конкретных предприятий г. Оренбурга и Оренбургской области. Оно должно включать в себя актуальность исследования, теоретическое обоснование проблемы, а также прикладной опыт по данной проблеме.

По окончании работы подготовить презентацию.

Требования к оформлению презентации:

- все слайды должны быть выдержаны в едином стиле;
- презентация должна быть не меньше 10 слайдов, но не более 20;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема презентации; фамилия, имя, автора, номер группы;
- соответствие содержания презентации теме;
- соблюдение принятых правил оформления текста;
- отсутствие фактических ошибок, достоверность представленной информации;
- лаконичность текста на слайде;
- завершенность (содержание каждой части текстовой информации логически завершено);

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста;
- обязательно наличие иллюстрационного материала в зависимости от темы презентации;
- расположение информации на слайде (предпочтительно горизонтальное расположение информации, сверху вниз по главной диагонали; наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана; если на слайде картинка, надпись должна располагаться под ней; желательно форматировать текст по ширине; не допускать «рваных» краев текста);
- на последнем слайде указывается перечень используемых источников.

### **3.3 Рекомендации по написанию письменных работ студентов**

Выполнение письменных работ студентами подразумевает систематизированный процесс, который включает в себя этапы поиска дополнительной литературы по теме работы, формулирование тезисов и развертывание своих идей, проведение анализа дополнительной литературы по исследуемой проблеме с целью обоснования и логичного выстраивания собственных суждений и выводов. В рамках изучения дисциплины «Инновации в коммерческой деятельности» под письменной работой понимается реферат.

Реферат – краткий доклад по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Рефераты могут являться изложением содержания научной работы, статьи и т.п.

#### **Темы рефератов:**

1. Основные подходы к определению инноваций и их классификация

2. Характеристика инновационной деятельности
3. Стратегии инновации. Виды стратегий инновации
4. Инновационные продукты и технологии
5. Виды рынков инноваций
6. Типы технологических инноваций (продуктовые и процессные)
7. Типы организационных структур инновационных предприятий
8. Инновации и рыночная конкуренция
9. Инновационный процесс. Формы инновационного процесса
10. Структура инновационного процесса
11. Расширенный инновационный процесс. Создание новшества.  
Распространение инновации. Диффузия инноваций
12. Субъекты инновационного процесса. Схема инновационного процесса
13. Технополисы. Виды технополисов
14. Особенности и значение малых инновационных фирм
15. Бизнес-инкубар. Функции бизнес-инкубаторов
16. Инновационный проект: сущность и виды
17. Проектное управление инновационной деятельностью
18. Методы оценки эффективности проекта
19. Финансирование инновационной деятельности. Элементы системы  
финансирования
20. Источники финансирования инновационной деятельности
21. Сопоставимость представленных на экспертизу инновационных проектов
22. Расчет чистой текущей стоимости инновационного проекта

**Требования к реферату:**

- титульный лист,
- оглавление (автоматическое),
- структурирование текста (заголовки и подзаголовки),
- список сайтов, которые использовались для составления доклада (не менее 5 источников),

- поля: левое – 2 см, правое – 1 см, верхнее и нижнее – по 1,5 см,
- нумерация страниц, начиная со второй.

### 3.4 Рекомендации по самостоятельному изучению разделов дисциплины

Самостоятельное изучение разделов дисциплины «Инновации в коммерческой деятельности» подразумевает:

- проработку конспектов занятий;
- самостоятельное изучение учебной литературы, нормативных правовых актов (по разделам и темам);
- решение практических заданий.

Таблица 3 – Вопросы для самостоятельного изучения разделов дисциплины

№	Раздел	Вопросы для самостоятельного изучения	Содержание самостоятельной работы
1	2	3	4
1	Инновации в торговле.	1.Эволюция технологических укладов 2. Классификация инноваций 3 Государственное регулирование инновационных процессов в России 4. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности	Изучение дополнительного теоретического материала по данной теме, подготовка реферата
2	Инновационный проект.	1.Перспективы и направления развития инновационной деятельности	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала по данной теме с целью полного освоения материала, подготовка реферата
3	Коммерческая деятельность и инновации.	1.Организационные структуры инновационного менеджмента 2. Финансовая база инноваций 3. Рынок инновационной продукции 4.Инновационное предпринимательство	Изучение дополнительного теоретического материала по данной теме, подготовка реферата

Контрольные вопросы для самопроверки знаний дают студенту возможность оценить свою готовность по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» определения степени их готовности к изучению следующей темы и направлена на достижение следующих задач:

- проверка понимания понятийного аппарата учебной дисциплины;
- воспроизведение фактического материала;
- раскрытие причинно-следственных, временных и других связей определяющие успешность организационных изменений;
- выделение главного, сравнение, доказательство, конкретизация; – обобщение и систематизация знаний по дисциплине.

**Контрольные вопросы:**

1. Сущность и содержание инновационной деятельности в торговле.
2. Определение и сущность инноваций.
3. Основные направления экономической политики РФ в области развития национальной инновационной системы.
4. Проект федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации».
5. Функции инноваций.
6. Жизненный цикл инноваций.
7. Классификация инноваций.
8. Понятие и виды инноваций в торговле.
9. Содержание инновационной деятельности.
10. Субъекты инновационной деятельности.
11. Потенциал торгового предприятия.
12. Основные понятия научно-технической революции и научно-технического прогресса.
13. Этапы развития инноваций в России.

14. Этапы развития инноваций за рубежом.
15. Инновационные центры РФ.
16. Инновационные центры мира.
17. Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.
18. Показатели потенциала торгового предприятия.
19. Показатели технического уровня новшества.
20. Показатели технического уровня производства.
21. Технологический уровень производства.
22. Отличительные особенности инновации от других бизнес-процессов.
23. Инновационная неопределенность и риски.
24. Финансовые риски инноваций.
25. Коммерческие риски инноваций.
26. Экономическая эффективность новой техники и технологии.
27. Выбор базы сравнения.
28. Затраты на внедрение новой техники.
29. Эффект от внедрения новой техники и новых технологий.
30. Основные этапы анализа экономической эффективности инноваций.
31. Экономическая оценка инноваций.
32. Срок окупаемости инновации.
33. Инновационный проект.
34. Стадии разработки инновационного проекта.
35. Источники финансирования инновационного проекта.
36. Методы оценки инвестиционного проекта.
37. Мероприятия и рекомендации по инновационному проекту.
38. Достоинства и недостатки инновационной стратегии развития предприятий.
39. Понятие инновационного потенциала
40. Формирование и реализация стратегии инновационной деятельности.

### **3.5 Рекомендации по самоподготовке студентов**

Необходимым условием успешного обучения студентов по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» является самоподготовка, которая включает работу с источниками и полнотекстовыми базами данных и публикациями по разделам дисциплины в периодических изданиях, доступных в библиотеке университета.

#### **Описание основных источников, рекомендованных для изучения дисциплины:**

1.Алексеев, А.А. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Алексеев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 247 с.

Учебник раскрывает вопросы природы инноваций, их классификации, организации процесса нововведения, экономического планирования и государственного регулирования инновационной деятельности. Структура учебника и практикума включает 48 учебных блоков, 111 рисунков и 5 блоков заданий для самостоятельной работы. Для удобства изучения материалов сформированы справочные разделы: список терминов, вставок, кейсов и предметный указатель.

2.Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: Учебник для бакалавров / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов и др. - М.: Дашков и К, 2016. - 208 с.

Учебник раскрывает вопросы основных положений современной концепции инновационного менеджмента, основанные на изучении литературных источников. Основное внимание уделяется вопросам оценки эффективности инновационной деятельности.



### **Список источников дополнительной литературы:**

1. Авсянников, Н.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Н.М. Авсянников. - М.: РУДН, 2011. - 189 с.
2. Акмаева, Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере: Учебное пособие / Р.И. Акмаева. - Рн/Д: Феникс, 2012. - 541 с.
3. Алексеев, А.А. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Алексеев. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 247 с.
4. Алексеев, А.А. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Алексеев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 247 с.
5. Балабанов, В.С. Инновационный менеджмент / В.С. Балабанов, М.Н. Дудин. - М.: Элит-2000, 2008. - 246 с.
6. Балабанов, В.С. Инновационный менеджмент / В.С. Балабанов, М.Н. Дудин. - М.: Элит, 2014. - 282 с.
7. Барышева, А.В. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.В. Барышева, К.В. Балдин, М.М. Ищенко. - М.: Дашков и К, 2015. - 384 с.
8. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2013. - 220 с.
9. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2016. - 220 с.
10. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2014. - 220 с.
11. Вишняков, Я.Д. Инновационный менеджмент. Практикум: Учебное пособие / Я.Д. Вишняков, К.А. Кирсанов, С.П. Киселева. - М.: КноРус, 2013. - 326 с.
12. Вьюгина, Л.К. Инновационный менеджмент. Структурные схемы и таблицы: Учебное пособие / Л.К. Вьюгина. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 103 с.
13. Вьюгина, Л.К. Инновационный менеджмент. Структурные схемы и

таблицы: Учебное пособие / Л.К. Вьюгина. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 103 с.

14. Голубков, Е.П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Е.П. Голубков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.

15. Голубков, Е.П. Инновационный менеджмент. Технология принятия управленческих решений / Е.П. Голубков. - М.: ДиС, 2012. - 464 с.

16. Горфинкель, В.Я. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилевич, Л.В. Бобков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 461 с.

17. Грибов, В.Д. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Грибов, Л.П. Никитина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 311 с.

18. Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: Учебник для бакалавров / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов и др. - М.: Дашков и К, 2016. - 208 с.

19. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для бакалавров / Ж.Д. Дармилова. - М.: Дашков и К, 2013. - 168 с.

20. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для бакалавров / Ж.Д. Дармилова. - М.: Дашков и К, 2016. - 168 с.

21. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для бакалавров / Ж.Д. Дармилова. - М.: Дашков и К, 2014. - 168 с.

22. Иванус, А.И. Гармоничный инновационный менеджмент / А.И. Иванус. - М.: КД Либроком, 2011. - 248 с.

23. Кадиев, И.Г. Инновационный менеджмент / И.Г. Кадиев, А.Н. Мардас. - СПб.: Гиорд, 2007. - 208 с.

24. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: Практикум / В.М. Кожухар. - М.: Дашков и К, 2013. - 200 с.

25. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: Практикум / В.М. Кожухар. - М.: Дашков и К, 2015. - 200 с.

26. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Кожухар. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с.

27. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В.М.

Кожухар. - М.: Дашков и К, 2014. - 292 с.

28. Кузнецов, Б.Т. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Б.Т.

Кузнецов, А.Б. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 367 с.

29. Кузнецов, Б.Т. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Б.Т. Кузнецов, А.Б. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 367 с.

30. Кузнецов, Б.Т. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Б.Т. Кузнецов, А.Б. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 367 с.

31. Лаврушин, О.И. Инновационный менеджмент (для бакалавров) / О.И. Лаврушин. - М.: КноРус, 2013. - 208 с.

32. Мардас, А.Н. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для вузов / А.Н. Мардас. - СПб.: ГИОРД, 2008. - 2007 с.

33. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 295 с.

34. Мухамедьяров, А.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.М. Мухамедьяров. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 176 с.

35. Пошерстник, Н.В. Инновационный менеджмент. Практикум / Н.В. Пошерстник. - М.: КноРус, 2013. - 328 с.

36. Соколова, О.Н. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / О.Н. Соколова. - М.: КноРус, 2013. - 208 с.

37. Тебекин, А.В. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2013. - 476 с.

38. Теличенко, В.И. Инновационный менеджмент в строительстве. Уч. / В.И. Теличенко, С.Б. Сборщиков, А.П. Пустовгар и др. - М.: АСВ, 2008. - 208 с.

39. Уколов, В.Ф. Инновационный менеджмент в государственной сфере и бизнесе: учебник / В.Ф. Уколов. - М.: Экономика, 2009. - 400 с.

40. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2013. - 448 с.

41. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум

для академического бакалавриата / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 326 с.

42. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 326 с.

43. Цвет, Е.Е. ВПС: Инновационный менеджмент: Конспект лекций / Е.Е. Цвет. - М.: Приор, 2006. - 112 с.

44. Якобсон, А.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.Я. Якобсон. - М.: Омега-Л, 2013. - 176 с.

45. Якобсон, А.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.Я. Якобсон. - М.: Омега-Л, 2014. - 176 с.

46. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 391 с.

47. Инновационный менеджмент: Учебник. / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 391 с.

48. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 335 с.

49. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 391 с.

50. Инновационный менеджмент: Учебник. / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 391 с.

#### **Список периодических изданий:**

1 Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. – М.: ЗАО «Издательский дом Гребенникова».

2 Маркетинг: журнал. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента.

3 Маркетинг услуг: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

4 Маркетолог: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

5 Маркетинговые коммуникации: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

### **Список интернет-ресурсов:**

1. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) - электронное издание (маркетинг портал) основанное в 1999 году. В настоящий момент 4p.ru это лучшие практические и аналитические материалы маркетинговой специфики, а также ряд бесплатных уникальных сервисов для маркетологов и компаний рекламно-маркетинговой сферы

2. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) - «Энциклопедия маркетинга» — это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков.

3. <http://grebennikon.ru> – электронная библиотека. Ресурс содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников». Имеется раздел по маркетингу и маркетинговым исследованиям. На сегодняшний день в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий. Большинство журналов выпускается более 5 лет.

4. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) - ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Успешно развивается с 1998 года, обладает множеством профессиональных наград, в том числе «Брэнд года». Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

## Список использованных источников

1. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под ред. Л. П. Гончаренко; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова.- 2-е изд., перераб. и доп. -Москва : Юрайт, 2014. - 640 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Академический курс). - На тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 636-640. - ISBN 978-5-9916-3806-7.

2. Инновации [Текст] : учеб. пособие / А. В. Барышева [и др.]; под ред. А. В. Барышевой.- 3-еизд. - М. : Дашков и К, 2012. - 381 с - ISBN 978-5-394-01453-6.3. Инновации [Текст] : учебное пособие / А. В. Барышева [и др.]; под общ. ред. А. В. Барышевой.- 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2013. - 384 с. - Библиогр. в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-394-02259-3.

3. Баранчеев, В. П. Управление инновациями [Текст] : учебник для бакалавров / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 711 с.: ил., табл. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Глоссарий: с. 686-703. - Библиогр.: с. 704-711. - ISBN 978-5-9916-3012-2.

4 . Баранчеев, В. П. Управление инновациями [Текст] : учебник для бакалавров: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 711 с. : ил. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Глоссарий: с. 686-703. - Библиогр.: с. 704-711. - ISBN 978-5-9916-3011-5.

5. Баширов, В. Д. Управление инновациями [Текст] : учеб. пособие / В. Д. Баширов, Р. Ф. Сагитов; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. Учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : Университет, 2012. - 113 с. : табл. - Библиогр.: с. 111-112. - ISBN 978-5-4417-0129-7.

6. Тебекин, А. В. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров / А. В. Тебекин.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 481 с. : табл. - (Бакалавр. Базовый курс). -Библиогр.: с. 476. - ISBN 978-5-9916-3646-9.

7. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под ред. Л. П. Гончаренко; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова.- 2-е изд., перераб. и доп. -Москва : Юрайт, 2014. - 640 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Академический курс). - На тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 636-640. - ISBN 978-5-9916-3806-7.

8. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим и техническим специальностям / Р. А. Фатхутдинов.- 6-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 448 с. : ил. - (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения). - Библиогр.: с. 440-442. - ISBN 978-5-459-01083-1.

9.СТО 02069024.110-2008. Издания для образовательного процесса. Общие требования и правила оформления. Введ. 2009-10-30. – Оренбург: ОГУ, 2009. – 74 с.

10.СТО 02069024.101–2015. Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. Введ. 2016-02-08. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 85 с.