

## Аннотация дисциплины Б.1.2.9 Дисциплина. Основы технологического предпринимательства

Дисциплина "Основы технологического предпринимательства" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Технология машиностроения" направления подготовки "15.03.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств".

Дисциплина изучается в 7 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2. УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
3. УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Инновационное развитие и технологическое предпринимательство.
  1. Закономерности социально-экономического развития
  2. Понятие и основные свойства инноваций.
  3. Классификация инноваций.
  4. Сущность и тренды развития технологического предпринимательства.
2. Стратегии инновационного поведения и современные бизнес-модели технологического предпринимательства.
  1. Модели и стратегии инновационного поведения организаций.
  2. Стратегия "голубого океана".
  3. Бизнес-модель инновационной организации.
3. Инфраструктура технологического предпринимательства.
  1. Состав и структура инновационной экосистемы.
  2. Финансовое обеспечение технологического предпринимательства.
4. Маркетинг на высокотехнологичных рынках.
  1. Определение и сущность маркетинга.
  2. Диффузия инноваций в поведении потребителей.
  3. Вывод новых продуктов на рынок и клиентское развитие.
5. Маркетинговые исследования и оценка рынка инновационного продукта.
  1. Методы маркетинговых исследований.
  2. Конкурентный анализ рынка.
  3. Анализ спроса и оценка рынка.
6. Разработка инновационных продуктов. Product Development.
  1. Этапы разработки инновационных продуктов.
  2. Методы разработки продукта.
  3. HADI-циклы.
  4. Модель S.P.A.C.E.
7. Коммерциализация и трансфер технологий.
  1. Стратегии коммерциализации и трансфера технологий.
  2. Типы лицензирования интеллектуальной собственности.

3. Определение цены лицензии.
8. Управление инновационными проектами.
  1. Проект и его заинтересованные стороны.
  2. Жизненный цикл проекта.
  3. Организационные формы управления проектами.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, задания, информационные, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты.