

Аннотация дисциплины С.1.2.7 Дисциплина. Основы технологического предпринимательства

Дисциплина "Основы технологического предпринимательства" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Автомобильная техника в транспортных технологиях" направления подготовки "23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства".

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 критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
2. УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
3. УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
4. УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

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, задания, информационные, классическая лекция.