

Аннотация

Программы учебной дисциплины «Основы коммерциализации инноваций» по направлению подготовки 13.03.01 «Теплоэнергетика и теплотехника». Квалификация выпускника – бакалавр, форма обучения – заочная

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель учебной дисциплины «Основы коммерциализации инноваций» – заложить основы коммерциализации инноваций с целью обеспечения эффективной деятельности инновационных предприятий (организаций).

Задачи учебной дисциплины «Основы коммерциализации инноваций»: освоить основы коммерциализации технологий (разработок) в инновационной сфере; овладеть методологией коммерческой реализации инноваций; рассмотреть общие подходы к отбору инноваций по критерию экономической эффективности их коммерциализации; рассмотреть методы бизнес-планирования в процессе коммерциализации инновационных решений; проводить анализ потенциальных рынков сбыта новых продуктов и технологий; формировать стратегию коммерциализации новых продуктов; разрабатывать рекомендации по применению маркетингового инструментария при выводе продуктов на рынок; дать финансовую и маркетинговую оценку предлагаемым рекомендациям.

2 Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Учебная дисциплина относится к вариативной части блока ФТД Факультативы Основной образовательной программы по направлению подготовки 13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника. Данная дисциплина преподается после дисциплин «Проектная деятельность 1», «Проектная деятельность 2».

3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины «Основы коммерциализации инноваций» направлен на формирование следующих компетенций:

– общекультурные компетенции:

ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Структура компетенции:

– **знать:** основные экономические категории и понятия, теоретические основы инноватики и инновационных технологий; понятия, цели, принципы, объекты, методы управления жизненным циклом товаров; методы выведения новых товаров на рынок;

– **уметь:** использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды инновационного бизнеса; применять методы разработки и продвижения инновационных товаров, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка для создания и реализации инновационных товаров; разрабатывать инновационные стратегии; определять экономические показатели эффективности инновационной деятельности предприятия.

– **владеть:** экономическими методами управления инновационными процессами предприятия (организации), методами разработки и реализации маркетинговых программ, продвижения инноваций; методами оценки эффективности инновационной деятельности предприятия (организации), инновационного проекта и средствами создания и продвижения инноваций.

4 Трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица (36 академических часов).

5 Краткое содержание дисциплины

В структуре факультативной дисциплины выделяют следующие основные темы: понятие инновационного продукта и коммерциализации инноваций, способы и формы коммерциализации инноваций; особенности инновационного рынка: основные понятия, механизм функционирования; понятие и составляющие инфраструктуры коммерциализации инноваций, особенности бизнес-планирования в процессе коммерциализации инноваций, роль маркетинговых коммуникаций в коммерциализации инноваций, экспертиза инновационного проекта, организация защиты интеллектуальной собственности в процессах коммерциализации инноваций.

6 Формы организации учебного процесса

Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

7 Виды промежуточной аттестации

Зачёт по учебной дисциплине на 3-м курсе.

Составители:

ст. преподаватель
к.э.н, доцент
ст. преподаватель
ст. преподаватель

А.Р. Сковер
Н.А. Шепелева
А.В. Шорохова
М.В. Цимбалюк