

Баранчеев В.П. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт , 2012. – 711 с. : ил. – (Бакалавр). – ISBN 9785991614429 , 9785969212299.

Оглавление

Список аббревиатур.....	9
Предисловие.....	12
Глава 1. Теория инноваций.....	15
1.1. Основные положения теории инноваций.....	16
1.1.1. Комплекс инноватики, новация и инновация.....	16
1.1.2. Теория Кондратьева	19
1.1.3. Становление теории инноватики.....	22
1.1.4. Инновационные продукты и их классификация	25
1.2. Жизненный цикл инноваций.....	29
1.2.1. Жизненный цикл продукта и процесс создания новой техники	30
1.2.2. Жизненный цикл товара, зоны рынков и инноваций.....	32
1.2.3. Жизненный цикл инноваций и их финансовый жизненный цикл.....	36
1.2.4. Жизненные циклы инновационных фирм	43
1.3. Цели и стратегии инновационного развития	48
1.3.1. «Арена инноваций» и конкурентное преимущество	48
1.3.2. Инновационная активность и ее содержание.....	55
1.3.3. Цель развития бизнеса и организации.....	62
1.4. Инновационная активность организаций	65
1.4.1. Классификация предприятий по их роли в инновационном процессе. Виоленты.....	66
1.4.2. Пациенты, эксплореры, коммутанты – роль в инноватике	75
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	<i>85</i>
<i>Тесты к главе 1</i>	<i>86</i>
Глава 2. Управление инновационной деятельностью.....	89
2.1. Концепция управления инновационной деятельностью	90
2.1.1. Содержание рационалистической концепции управления	90
2.1.2. Внешние факторы инновационной сферы, влияющие на эффективность управления ...	99
2.1.3. Сущность концепции управления в инновационной сфере	109
2.1.4. Факторы развития и особенности инновационной восприимчивости организаций.....	115
2.2. Функции управления в результате исследования моделей инновационного процесса.....	129
2.2.1. Модель технологического толчка. I поколение: 1955 – середина 1960-х гг.....	130
2.2.2. Модель «вытягивание рынком. II поколение: 1960-х – начало 1970-х гг.	132
2.2.3. Интерактивная, рекурсивная, сопряженная (совмещенная) модель. 1970-е – середина 1980-х гг.	135
2.2.4. Цепная модель Клайна - Розенберга	136
2.2.5. Интегрированная модель (японская модель передового опыта). IV поколение: середина 1980-х гг. – настоящее время	140
2.2.6. V поколение: модель стратегических сетей. Настоящее время - будущее.....	145
2.3. Законы и закономерности управления инновационной деятельностью.....	151
2.3.1. Требования законов организации к управлению инновационной деятельностью	151
2.3.2. Цели управления инновационной деятельностью в организации с позиций исследования организационных теорий.....	152
2.4. Стратегические инновации на основе изучения закономерностей развития организации в соответствии с жизненным циклом организаций	173
2.4.1. Закономерности роста организации по стадиям жизненного цикла	173
2.4.2. Направления стратегического развития организации с позиций ее жизненного цикла ..	175
2.5. Стратегические инновации на основе изучения закономерностей развития организации в соответствии с теорией трансакционных издержек.....	185
2.5.1. Организация как цепочка создания ценности	185
2.5.2. Факторы стоимости, оказывающие влияние на снижение операционных издержек в цепочке ценности организации	190
2.6. Преодоление сил сопротивления в процессе инновационной деятельности	211
2.6.1. Варианты политики внедрения инноваций в коллективе	211
2.6.2. Социально-психологические методы управления человеческими ресурсами в целях инициирования инноваций.....	213
2.6.3. Экономические методы преодоления сил сопротивления внедрению инноваций.....	221

2.7.	Управление внешнеэкономической инновационной деятельностью.....	225
2.7.1.	Роль, цели и принципы управления внешнеэкономической инновационной деятельностью	225
2.7.2.	Потенциальные меры государственного воздействия на внешнеэкономическую инновационную деятельность	240
2.7.3.	Формирование инновационных предприятий с иностранными инвестициями	254
2.7.4.	Организационно - правовое обеспечение внешнеэкономической инновационной деятельности.....	268
2.7.5.	Задачи и функции внешнеэкономической инновационной службы предприятия	296
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	303
	<i>Тесты к главе 2</i>	305
Глава 3.	Маркетинг в инновационной сфере	309
3.1.	Инновационные бизнес - модели компаний.....	310
3.1.1.	Общий вид новой бизнес – модели	310
3.1.2.	Двенадцать бизнес - моделей.....	314
3.1.3.	Разработка бизнес - идеи.....	319
3.1.4.	Дифференциация продукции и услуг	324
3.1.5.	Логистика потоков ресурсов и результатов, логистика каналов и коммуникации.....	326
3.1.6.	стратегическая защита бизнеса.....	327
3.1.7.	Виды и масштабы деятельности, исполнители	328
3.2.	Модель получения прибыли	330
3.2.1.	Потребители и их структура.....	330
3.2.2.	Потребности потребителей и их приоритеты	332
3.2.3.	Продукт и его комплексное представление, системная экономика потребителя	334
3.2.4.	Цепочка ценности потребителя	337
3.2.5.	Зона прибыли	339
3.2.6.	Способы вхождения в зону прибыли.....	340
3.3.	Хайтек – маркетинг радикальных инноваций	341
3.3.1.	Хайтек – продукция и рынок инноваций.....	341
3.3.2.	Жизненный цикл принятия инновационных продуктов – новых технологий, инновационная восприимчивость потребителей и разрывы.....	343
3.3.3.	Психологические портреты групп потребителей хайтек – продукции.....	348
3.3.4.	Маркетинговая разработка нового товара и концепция целостного продукта.....	351
3.4.	«Подрывные» инновации как технологические нововведения	352
3.4.1.	Суть «подрывных» инноваций	353
3.4.2.	«Подрывная» инновационная модель.....	356
3.4.3.	Принципы «подрывных» инноваций.....	360
3.5.	Стратегии «подрывных» инноваций	367
3.5.1.	Два типа «подрывной» стратегии	368
3.5.2.	Крах стратегий роста и схема неудач реализации инновационных «подрывных» стратегий	370
3.5.3.	Закономерности процесса принятия решений Кристенсена о «подрывных» технологических изменениях в виде шести шагов	375
3.5.4.	Концепция сети создания стоимости как развитие цепочки создания стоимости	378
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	383
	<i>Тесты к главе 3</i>	384
Глава 4.	Управление инновационными проектами	387
4.1.	Представление об инновационном проекте	388
4.1.1.	Основные понятия об инновационном проекте.....	388
4.1.2.	Основные понятия об управлении инновационным проектом.....	396
4.1.3.	Организация инновационного проекта.....	404
4.1.4.	Принципиальная схема системы инновационного проекта	410
4.1.5.	Система управления инновационным проектом	414
4.2.	Отбор идей, создание продукта и матричный анализ конкурентных позиций	416
4.2.1.	Бизнес – план инновационного проекта.....	416
4.2.2.	Коммерциализация инновационного проекта	425
4.2.3.	Риски инновационного проекта	426
4.2.4.	Финансирование инновационных проектов и инвестиционный проект	429
4.2.5.	Матричный анализ конкурентных позиций	434
4.3.	Сетевая модель инновационного проекта	446
4.3.1.	Сетевая модель бизнес – процесса и метод «критического пути»	446
4.3.2.	Расчет параметров сетевого графа	449
4.3.3.	Пример построения и расчета сетевого графа	453
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	458
	<i>Тесты к главе 4</i>	459

Глава 5. Управление качеством	463
5.1. Методологические основы управления качеством	464
5.1.1. основополагающие понятия в области управления качеством	464
5.1.2. Принципы и методы управления качеством.....	466
5.1.3. Методы квалиметрии в управлении качеством.....	480
5.1.4. Методологические подходы к управлению качеством	502
5.1.5. Механизм современного управления качеством	509
5.1.6. Направления развития и концепция всеобщего управления качеством	514
5.2. Методологические положения создания и обеспечения системы управления качеством	518
5.2.1. Методологические положения проектирования системы управления качеством	519
5.2.2. Сертификационное обеспечение управления качеством	538
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	561
<i>Тесты к главе 5</i>	562
Глава 6. Исследование систем управления	565
6.1. Основы методологии исследования систем управления	566
6.1.1. Система управления: предмет и объект исследования	566
6.1.2. Общие методологические положения исследования систем управления	574
6.1.3. Методологические подходы к исследованию систем управления	579
6.1.4. Концепция и разработка гипотезы исследования систем управления	591
6.1.5. Методологические подходы к исследованию системы управления.....	596
6.1.6. Классификация методов исследования.....	602
6.2. Важнейшие методы исследования систем управления	605
6.2.1. Теоретические методы исследования систем управления.....	606
6.2.2. Эмпирические методы исследования систем управления	616
6.2.3. Логико-интуитивные методы исследования систем управления.....	617
6.2.4. Комплексно-комбинированные методы исследования систем управления.....	627
6.3. Методологические положения исследования систем управления.....	636
6.3.1. Основные положения методики исследования систем управления	636
6.3.2. Планирование процесса исследования систем управления	644
6.3.3. Организация процесса исследования систем управления	655
6.3.4. Методы оценки эффективности исследовательских работ и формирование отчета о провидении исследования систем управления.....	668
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	681
<i>Тесты к главе 5</i>	682
Ответы к тестам	685
Глоссарий	686
Литература	704