

Аннотация  
рабочей программы дисциплины  
**Б1.В.16 Инновационный менеджмент**  
в составе основной профессиональной образовательной программы  
высшего образования по направлению подготовки  
Направление 38.03.02 Менеджмент Направленность (профиль) образовательной  
программы «Экономический менеджмент»

### 1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины – дать будущим специалистам знания теории и практики стратегии предприятия, навыки их успешного применения в будущей профессиональной деятельности:

- Подготовка выпускников к поиску и получению новой информации, необходимой для решения управленческих задач в области интеграции знаний применительно к своей сфере деятельности, к активному участию в инновационной деятельности предприятий (от идеи до реализации) и организаций, в том числе транснациональных компаний.
- Подготовка выпускников к научно-исследовательской работе в области управления высокотехнологичным и инновационным производством (на любой стадии технологического цикла) на мировом уровне, в том числе, в междисциплинарных областях, связанных с выбором необходимых методов исследования, модифицирования существующих и разработки новых методов исходя из задач конкретного исследования.
- Подготовка выпускников к экономической деятельности по оценке эффективности инвестиций во внедрение и эксплуатацию новых наукоемких разработок, востребованных на мировом рынке.
- Подготовка выпускников к формированию и управлению процедурами моделирования бизнес-процессов в организации, подразделении, группе (команде) сотрудников, проекте и сети, в том числе и на уровне транснациональной компании.
- Подготовка выпускников к управлению различными процессами на предприятии, в том числе нацеленными на сохранение и улучшение экологической ситуации в конкретном регионе.
- Подготовка выпускников к обоснованию и отстаиванию собственных заключений и выводов в аудиториях разной степени профессиональной ориентации, занятиям организационно-управленческой деятельностью в междисциплинарных областях производства, осознанию ответственности за принятие своих профессиональных решений, работе в интернациональной команде.
- Приобретение способности выпускников к самообучению и постоянному профессиональному самосовершенствованию в условиях автономии и самоуправления

Задачи учебной дисциплины сводятся к изучению основ формирования производственной стратегии предприятия в условиях инновационной экономики на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, освоению принципов, методов и инструментов разработки эффективной производственной стратегии в условиях



конкуренции.

## **2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО**

Учебная дисциплина «Инновационный менеджмент» входит в профессиональный цикл и относится к обязательным дисциплинам.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВПО и ОПП):

### **. Профессиональные компетенции:**

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

После изучения данной дисциплины студенты приобретают знания, умения и опыт, соответствующие результатам основной образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен

#### **Знать:**

- место и роль производственной стратегии как одной из функциональных стратегий предприятия;
- сущность производственной стратегии;
  - систему понятий и категорий управления производством;
- основы управления производственными процессами;
- сущность экономической эффективности процессов производства;
- методы оптимизации движения и использования материальных и финансовых потоков на предприятии;
- функциональные службы и подразделения организации (инженерные службы, бухгалтерия, финансы, снабжение и др.) способствующие успешному управлению производством, обеспечивающие его соответствующими ресурсами;
- систему понятий и категорий управления производством;
- основы управления процессами производством, составляющими содержание производственного менеджмента.

#### **Уметь:**

- формировать и реализовывать производственную стратегию;
- применять методы управления потоковыми процессами на предприятии;
- анализировать производственные системы;
- применять практические методы управления производством;
- выявлять проблемы при анализе конкретных производственных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать информацию, готовить справки и обзоры по вопросам производства и сбыта продукции;
- использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии;
- демонстрировать глубокие теоретические знания, связанные с основными процессами управления развитием организации, подразделения, группы (команды) сотрудников, проекта и сетей; включающие в себя современные подходы по формированию комплексной стратегии развития предприятия, в том числе в условиях риска и неопределенности;



- участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

- участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

- оценивать с помощью средств статистического анализа текущее состояние экономического субъекта – домохозяйства, фирмы;

- правильно понимать и интерпретировать полученные результаты экономического анализа;

- разрабатывать организационно-управленческие структуры (службы) предприятия, положение, должностные инструкции;

- составлять план маркетинга, организовывать оперативный контроль хода его выполнения;

- разрабатывать оптовые (розничные) цены на продукцию предприятия, тарифы на работы (услуги);

- рассчитывать сметы расходов на проведение мероприятий маркетинга

- определять тенденции развития рынка;

- осуществлять анализ влияния внешней маркетинговой среды на результаты деятельности предприятия;

- проводить исследования внешней и внутренней среды предприятия; основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия;

- определять конкурентоспособность продукции и предприятия;

- разрабатывать маркетинговую политику предприятия.

#### **Владеть:**

- навыками поиска научной литературы, в т.ч. непереводной;

- навыками самостоятельного усвоения новых знаний в области менеджмента;

- навыками управления производственными процессами на предприятии;

- методами решения актуальных задач производства;

- навыками самостоятельного проведения экономического исследования с использованием его современных методов;

- навыками представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, презентации;

- навыками исследования рынков, планирования товарного ассортимента, организации каналов распределения продукции, продвижения товаров, организации службы маркетинга на предприятии;

- методами оценки рыночных позиций предприятия;

- методами ценообразования и калькулирования себестоимости продукции на предприятии;

- методами продвижения продукции;

- методами определения эффективности программ продвижения продукции, мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции.



### **3. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к вариативной части образовательной программы по данному направлению подготовки и направлена на расширение и (или) углубление компетенций, установленных образовательным стандартом, а также на формирование у обучающихся компетенций, установленных организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом (в случае установления организацией указанных компетенций), и включает в себя дисциплины (модули) и практики, установленные организацией. Содержание вариативной части формируется в соответствии с направленностью образовательной программы.