



С.В. КАЛЕДИН

**Основы
инновационного
менеджмента**

Учебное пособие

Сергей Каледин

Основы инновационного менеджмента

<https://litres.ru/74378904>

SelfPub; 2026

Аннотация

Вниманию читателя представлен методический материал (лекции) для специальности «Экономика и финансы» дисциплины «Инновационный менеджмент». Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно изложить заявленную тему, а на семинарских занятиях и контрольных мероприятиях проверять и оценивать остаточные знания у аудитории по изученному предмету, проводить аттестацию. Для слушателей и студентов – закрепить освоенный материал, подготовиться к тестовым испытаниям, промежуточным и итоговым мероприятиям. Работа будет интересна профессорско-преподавательскому составу высших учебных заведений, студентам, специалистам, широкому кругу читателей.

Содержание

1. Основные понятия инновационного менеджмента	5
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Сергей Каледин

Основы инновационного менеджмента

План

1. Основные понятия инновационного менеджмента
2. Инновационная стратегия

1. Основные понятия инновационного менеджмента

Внедрение нововведений - это всегда трудный и болезненный процесс для любой организации.

Сложность и многообразие проблем, возникающих в процессе деятельности организаций и предприятий, выдвигает перед менеджментом постоянно растущие требования.

Обеспечение условий для развития организации, достижения конкурентных преимуществ в товарно-рыночных позициях, особенно в условиях перемен, происходящих в хозяйственной и общественной жизни страны, вызывает необходимость переоценки взглядов на содержание, роль и значение управления инновациями. В настоящее время успехи в деятельности предприятий многие ассоциируют со знаниями, неразрывно связанными с инновациями и рассматривают их как один из важнейших ресурсов, которые требуют системы управления всем процессом получения, развития и преобразования знаний в коммерческий продукт с целью обеспечения преимуществ перед конкурентами.

Возникновение инновационного менеджмента неразрывно связано с эволюцией управленческой деятельности и местом производителя в процессе общественного производства. Ремесленник, например, производя товары, самосто-

ательно выполнял все производственные и управленческие функции. С ростом масштабов производства появилось разделение труда, которое затронуло и сферу управления, и собственники производства в лице государства или физических лиц вынуждены были передать часть своих функций наемным работникам - профессиональным руководителям всех уровней, т.е. менеджерам.

Расширение сферы применения традиционного менеджмента (управление требуется не только на уровне организации, но и в отдельных сферах деятельности внутри нее) с одной стороны, и включение в круг своего рассмотрения различных аспектов деятельности и прежде всего знаний с другой, как одного из ресурсов, которыми располагает организация, и привели к выделению в менеджменте одного из направлений - инновационного менеджмента.

Инновационный процесс имеет циклический характер.

Деятельность, представляющая инновационный процесс, распадается на отдельные разделяющиеся между собой участки и материализуется в виде функциональных организационных единиц, обособившихся в результате разделения труда. Экономическое и технологическое воздействие инновационного процесса лишь частично воплощается в новых продуктах или технологиях.

Значительно больше оно проявляется в увеличении экономического и научно-технического потенциала как предпосылки возникновения новой техники, т.е. повышается тех-

нологический уровень инновационной системы и ее составных элементов, тем самым повышается восприимчивость к инновациям.

В общем виде инновационный процесс можно записать так:

ФИ - ПИ - Р - Пр - С - ОС - ПП - М - Сб,

Где:

ФИ - фундаментальное (теоретическое) исследование;

ПИ - прикладные исследования;

Р - разработка;

Пр - проектирование;

С - строительство;

ОС - освоение;

ПП - промышленное производство;

М - маркетинг;

Сб - сбыт.

Появление в конце 20 столетия в традиционном менеджменте нового направления "инновационный менеджмент" обусловлено распространением стратегии обеспечения конкурентных преимуществ стран и предприятий для планирования и осуществления процессов изменений (методов управления, продуктов, рынков и т.п.).

Опыт ведущих стран мира свидетельствует о том, что система управления нововведениями является действенным средством преодоления кризисных ситуаций и методом решения научных, социальных, экономических и производ-

ственных проблем.

Происходящие структурные изменения в отечественной экономике, неизбежное ее вхождение в мировое сообщество способствуют распространению методов управления при изменении в условиях риска, неопределенности и конкурентной борьбы, совершенствованию потребительских свойств выпускаемого товара.

Инновационный менеджмент - это совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью, занятыми этой деятельностью организационными структурами и их персоналом. Как и для любой другой области менеджмента, для него свойственно:

- постановка целей и выбор стратегии;
- четыре стадии цикла: планирование, определение условий и организация, исполнение, руководство.

Схематично инновационный менеджмент представлен на рис. 1



Рис.1. Схема инновационного менеджмента

На каждой стадии цикла решаются определенные задачи.

1. Планирование - составление плана реализации стратегии.

2. Определение условий и организация - определение потребности в ресурсах для реализации различных фаз инновационного цикла, постановка задач перед сотрудниками организации, организация работы.

3. Исполнение - осуществление исследований и разработок, реализация плана.

4. Руководство - контроль, анализ, корректировка действий, накопление опыта. Оценка эффективности инновационных проектов, инновационных управленческих решений, применения новшеств.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.