

**Инновационный менеджмент:** учебник и практикум для академического бакалавриата / К. Н. Абубакирова, Н. В. Нечаева, А. С. Суркова [и др.]; под ред. В. А. Антонца, Б. И. Бедного. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. - Серия: Университеты России.

## Оглавление

Предисловие.....	6
------------------	---

### Глава 1

#### ОСНОВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1. Механизмы взаимодействия науки, бизнеса и общества.....	12
1.1.1. Бизнес как человеческая ценность.....	12
1.1.2. Рыночная свобода как условие эффективного взаимодействия бизнеса и общества.....	13
1.1.3. Операционная и инновационная деятельность бизнеса.....	17
1.1.4. Функции науки в обществе.....	21
1.1.5. Взаимодействие науки, бизнеса и общества.....	26
1.2. Экономический смысл и механизмы инновационной деятельности.....	27
1.2.1. Некоторые определения понятия «инновация».....	27
1.2.2. Экономическая роль инноваций.....	28
1.2.3. Классификация инноваций.....	35
1.2.4. Инновационный цикл.....	42
1.3. Установление экономического контроля над технологиями.....	52
1.3.1. Необходимость и целесообразность установления контроля над технологиями.....	52
1.3.2. Общие принципы контроля над технологиями.....	53
1.3.3. Инструменты установления контроля над технологиями: проектное управление и присвоение прав на объекты интеллектуальной собственности.....	56

### Глава 2

#### ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИЙ

2.1. Понятие интеллектуальной собственности.....	63
2.1.1. Возникновение интеллектуальной собственности.....	63
2.1.2. Определение интеллектуальной собственности.....	70
2.1.3. Источники отечественного и международного патентного права.....	73
2.1.4. Значение интеллектуальной собственности.....	76
2.1.5. Дуализм интеллектуальной собственности.....	81
2.2. Объекты интеллектуальной собственности и права на них.....	84
2.2.1. Результаты интеллектуальной деятельности.....	84
2.2.2. Интеллектуальные права.....	85
2.2.3. Объекты промышленной собственности.....	90
2.2.4. Объекты авторского права.....	94

2.2.5. Правовая охрана объектов авторского права.....	96
2.2.6. Особенности охраны программного обеспечения.....	105
2.3. Патентное право как основа создания и сохранения монополии на рынке.....	106
2.4. Правовая охрана объектов промышленной собственности.....	112
2.4.1. Правовая охрана изобретений.....	112
2.4.2. Правовая охрана полезных моделей.....	119
2.4.3. Правовая охрана промышленного образца.....	120
2.4.4. Правовая охрана секрета производства (ноу-хау).....	122
2.4.5. Единая технология.....	125
2.5. Введение исключительных прав в гражданский оборот.....	127
2.5.1. Использование объектов промышленной собственности.....	127
2.5.2. Правомочия патентообладателя.....	129
2.5.3. Ограничения прав патентообладателя.....	130
2.5.4. Структура исключительных прав.....	132
2.5.5. Лицензионный договор, виды лицензий.....	134
2.5.6. Цена лицензии и принципы ее расчета. Виды лицензионных платежей.....	139

### Глава 3

#### КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК

3.1. Основы коммерциализации научно-технических разработок.....	142
3.1.1. Понятие НИОКР.....	142
3.1.2. Понятия коммерциализации и трансфера технологий.....	145
3.1.3. Объекты коммерциализации.....	149
3.2. Сценарии коммерциализации результатов научно-технической деятельности.....	151
3.2.1. Идентификация стадии развития технологии.....	151
3.2.2. Инвестирование процесса создания и коммерциализации результатов научно-технической деятельности.....	152
3.2.3. Сценарии коммерциализации результатов научно-технической деятельности.....	155
3.3. Участники процесса создания и коммерциализации результатов научно-технической деятельности.....	162
3.3.1. Роли и функции участников процесса коммерциализации технологий.....	162
3.3.2. Интересы участников трансфера технологий.....	164
3.3.3. Риски процесса коммерциализации результатов исследований и разработок.....	166
3.4. Сопровождение процесса коммерциализации результатов научно-технической деятельности.....	172
3.4.1. Оценка технической полезности технологии.....	172
3.4.2. Оценка патентно-правовой ситуации.....	175

3.4.3. Маркетинговые исследования.....	176
3.4.4. Оценка стоимости технологии.....	177

#### Глава 4 ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

4.1. Маркетинг инноваций. Специфика и основные принципы. История маркетинга.....	179
4.1.1. История маркетинга.....	179
4.1.2. Принципы маркетинга. Маркетинг-микс.....	184
4.1.3. Потребительский и корпоративный рынок товаров и услуг.....	196
4.2. Маркетинг высокотехнологичных продуктов.....	201
4.2.1. Характеристики продукта.....	201
4.2.2. Жизненный цикл продукта.....	202
4.2.3. Маркетинговая и продуктная сегментация целевых рынков.....	209
4.2.4. Оценка и выбор актуальных сегментов.....	215
4.3. Маркетинг технологий.....	218
4.3.1. Основные принципы маркетинга технологий.....	218
4.3.2. Методика проведения маркетинговых исследований на рынке технологий.....	220
4.4. Конкуренция и конкуренты.....	236
4.4.1. Понятие конкурента и его идентификация.....	236
4.4.2. Конкурентный анализ.....	242

#### Глава 5 УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

5.1. Методология управления проектами.....	246
5.1.1. Взаимосвязь проектной и операционной деятельности.....	246
5.1.2. Определение проекта. Жизненный цикл проекта.....	252
5.1.3. Декомпозиция проекта. Иерархическая структура проекта.....	258
5.1.4. Процессы управления проектами.....	265
5.1.5. Объекты управления проектом.....	272
5.2. Управление инновационными проектами.....	281
5.2.1. Инновационный проект и продукт проекта.....	281
5.2.2. Особенности управления инновационными проектами.....	288
5.2.3. Особенности инновационных проектов в режиме «технологического толчка».....	297
<b>Коллектив авторов.....</b>	<b>301</b>