

Борщева А.В.

Инновационный менеджмент в российском бизнесе: Монография / А.В. Борщева, М.С. Санталова, И.В. Соклакова, И.Л. Сураг; под науч. ред. М.С. Санталовой; НОЧУ ВО «Московский экономический институт». - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2021. - 198 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы инновационного менеджмента	6
1.1. Развитие теории инноваций.....	6
1.2. Экономическое содержание инновационной деятельности	16
1.3. Особенности инновационного менеджмента.....	34
1.4. Инновационные процессы в России и зарубежных странах	48
Глава 2. Инструменты и методы инновационного менеджмента	61
2.1. Инновационный менеджмент: подвиды управления.....	61
2.2. Проблемы финансирования инновационной деятельности российских компаний.....	66
2.3. Новый финансовый инструмент управления инновациями	71
Глава 3. Управление организационными инновациями	81
3.1. Организационные инновации.....	81
3.2. Модели краудфандинга.....	95
3.3. Инновационный менеджмент на малом предприятии.....	100
3.4. Современные приемы инновационного менеджмента.....	106
Глава 4. Управление внедрением инновационного продукта	126
4.1. Понятие и роль категории «новый продукт» в деятельности предприятия.....	126
4.2. Управление внедрением нового продукта на предприятии	132
4.3. Методы экономического обоснования внедрения нового продукта.....	139
Глава 5. Разработка мероприятий управления внедрением нового продукта	145
5.1. Мероприятия по управлению внедрением нового вида продукции в компании.....	145
5.2. Разработка схемы финансирования нового вида продукции	155
5.3. Алгоритм развития инновационной деятельности предприятия . . .	162
Заключение	188
Библиография	192