



Управление инновационной деятельностью

Часть II

Управление научными исследованиями, маркетинг и коммерциализация инноваций

Учебное пособие

**Белгород—Харьков
2012**

Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины

Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

Управление инновационной деятельностью

Часть II

**Управление научными исследованиями,
маркетинг и коммерциализация инноваций**

Под общ. ред. П.П. Перервы, С. Н. Глаголева

*Допущено Учебно-методическим объединением по образованию
в области производственного менеджмента в качестве учебного пособия
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
080200 Менеджмент по магистерской программе
«Производственный менеджмент»*

Белгород-Харьков
2012

УДК 330.341.1 (07)
ББК 65.291.551-21 я7
У67

Авторы:

д-р экон. наук, проф. П. Г. Перерва
д-р экон. наук, проф. С. Н. Глаголев
канд. экон. наук, проф. С. А. Мехович
д-р техн. наук, проф. В. С. Севостьянов
канд. экон. наук, проф. Н. И. Погорелов
д-р экон. наук, проф. Ю. А. Дорошенко
канд. социол. наук, проф. В. Н. Фомин
канд. экон. наук, доц. И. В. Сомина
канд. социол. наук, доц. Н. Н. Реутов

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф., засл. деятель науки РФ *П. П. Табурчак*
(Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(Технический университет))
д-р экон. наук, проф. *В. М. Тумин* (Московский государственный
университет тонких химических технологий им. М. В. Ломоносова)
д-р филос. наук, проф. *Е. А. Антонов* (Белгородский государственный
национальный исследовательский университет)
д-р экон. наук, проф., засл. работник высшего образования Украины
О. Е. Кузьмин (Национальный университет «Львовская политехника»)

У67

Управление инновационной деятельностью: учебное пособие: в 3 ч.
Ч. II. Управление научными исследованиями, маркетинг и коммерциализация инноваций / П. Г. Перерва, С. Н. Глаголев, С. А. Мехович и др.; под общ. ред. П. Г. Перервы, С. Н. Глаголева. - Белгород: Харьков: Изд-во БГТУ. 2012. - 426 с.

Во второй части учебного пособия рассмотрены базовые компоненты управления основными стадиями инновационного процесса: методология научных исследований, экономика и управление интеллектуальной собственностью, маркетинг, брендинг, трансфер и коммерциализация инноваций.

Учебное пособие предназначено для магистрантов, аспирантов и преподавателей вузов, а также всех тех, кто интересуется вопросами управления инновационной деятельностью.

УДК 330.341.1 (07)
ББК 65.291.551-21 я7

© Перерва П. Г., Глаголев С. Н.,
Мехович С. А. и др., 2012
© БГТУ им. В. Г. Шухова, 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
РАЗДЕЛ VIII. БРЕНДИНГ	10
Тема 1. Сущность брендинга	10
1.1. Основные понятия.....	10
1.2. Бренд и товарная марка: общее и отличия.....	11
1.3. Атрибуты торговой марки.....	14
1.4. Восприятие атрибутов торговой марки.....	16
1.5. Процесс создания бренда.....	19
Тема 2. Управление брендом	24
2.1. Функции торговой марки.....	24
2.2. Марочные стратегии.....	25
2.3. Управление брендом.....	26
2.4. Принципы позиционирования бренда.....	30
2.5. Интегрированный брендинг.....	34
Тема 3. Определение стоимости бренда	38
3.1. Характеристика методов определения стоимости бренда.....	38
3.2. Источники данных.....	40
3.3. Измерение обесценивания стоимости бренда.....	45
Тема 4. Потребительское поведение относительно бренда	51
4.1. Подходы к обеспечению лояльности потребителей к бренду.....	51
4.2. Формирование корпоративной культуры.....	54
Тема 5. Правовые основы брендинга	59
5.1. Правовая составляющая брендинга.....	59
5.2. Составные части контрафакта.....	61
Литература к разделу VIII.....	69
РАЗДЕЛ IX. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ	70
Тема 1. Специфика научно-технической продукции как товара	70
1.1. Сущность маркетинга инноваций.....	70
1.2. Товар и его свойства. Инновация как товар.....	72
1.3. Планирование и создание инновации.....	78
1.4. Оценка конкурентоспособности товара.....	80
Тема 2. Маркетинговый процесс формирования спроса на инновации	84
2.1. Анализ существующего спроса на инновации.....	84
2.2. Мотивация субъектов инновационной деятельности.....	91
2.3. Создание и стимулирование спроса на инновации.....	92
2.4. Методы прогнозирования потребностей.....	94
2.5. Международный маркетинг нововведений.....	96
Тема 3. Организация маркетинга инноваций	100
3.1. Методологические основы формирования рынка в сфере исследований и разработок.....	100
3.2. Модели рынка нововведений.....	103
3.3. Инновационное обеспечение расширения пределов рынка.....	105

3.4. Технологии защиты инновации от конкурентов.....	107
3.5. Маркетинг нововведений, созданных в производстве, и побочных результатов инновационной НИОКР.....	108
Тема 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.....	112
4.1. Маркетинговый анализ результатов научных исследований.....	112
4.2. Целевой сегмент рынка инноваций и его выбор в условиях глобализации.....	118
4.3. Маркетинговые решения в товарной инновационной политике.....	119
4.4. Маркетинговая информационная система в инновационной деятельности.....	125
4.5. Апробация инновации на рынке. Изучение реакции покупателей на новый товар.....	126
4.6. Маркетинговая инновационная система.....	130
Тема 5. Маркетинговая ценовая политика в инновационной сфере.....	136
5.1. Роль ценового фактора в стратегии инновационного предприятия.....	136
5.2. Стратегии и модели ценообразования на товары-имитаторы.....	138
5.3. Стратегии и модели ценообразования на абсолютно новые товары.....	139
5.4. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.....	142
Литература к разделу IX.....	144
РАЗДЕЛ X. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ.....	146
Тема 1. Система интеллектуальной собственности.....	146
1.1. Понятие интеллектуальной собственности.....	146
1.2. Основные подсистемы системы интеллектуальной собственности.....	148
1.3. Система патентной информации и документации.....	154
Тема 2. Экономика интеллектуальной собственности.....	156
2.1. Экономическая природа интеллектуальной собственности.....	156
2.2. Интеллектуальная собственность как нематериальный актив.....	157
2.3. Оценка стоимости прав интеллектуальной собственности.....	158
2.4. Способы коммерциализации прав на объекты интеллектуальной собственности.....	172
Тема 3. Управление интеллектуальной собственностью.....	177
3.1. Основные понятия и принципы управления интеллектуальной собственностью.....	177
3.2. Управление интеллектуальной собственностью на этапе разработки инновационной продукции.....	182
3.3. Управление интеллектуальной собственностью на этапе приобретения правовой охраны.....	193
3.4. Управление интеллектуальной собственностью на этапе ее коммерциализации.....	197
3.5. Управление интеллектуальной собственностью на этапе правовой защиты.....	202
Литература к разделу X.....	209

РАЗДЕЛ XI. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ.....	211
Тема 1. Управление процессом трансфера и коммерциализации технологий в организации.....	211
1.1. Определение технологии как объекта интеллектуальной собственности.....	211
1.2. Классификация технологий.....	214
1.3. Сущность трансфера и коммерциализации технологий.....	215
1.4. Структура управления трансфером технологий в организациях.....	220
1.5. Прогнозирование технологического развития. Технологические уклады.....	224
Тема 2. Проведение технологического аудита.....	228
2.1. Сущность технологического аудита.....	228
2.2. Базовые подходы к оценке коммерческого потенциала технологических новаций.....	229
2.3. Методы экспресс-анализа коммерческого потенциала технологических новаций.....	244
Тема 3. Организационные механизмы трансфера технологий.....	247
3.1. Классификация организационных форм трансфера технологий.....	247
3.2. Организационная подготовка технологий к трансферу.....	250
3.3. Организационная модель трансфера технологий на основе процессного подхода.....	253
3.4. Организационная модель трансфера технологий на основе функционального подхода.....	262
Тема 4. Специфические формы технологического обмена.....	271
4.1. Лизинг.....	271
4.2. Франчайзинг.....	277
4.3. Совместное предпринимательство.....	283
4.4. Инжиниринг.....	288
Тема 5. Лицензирование как основная форма трансфера и коммерциализации технологий.....	292
5.1. Сущность лицензий и их виды. Основные участники процедуры составления лицензионных договоров: лицензиар и лицензиат.....	292
5.2. Цена лицензии. Характеристика основных форм лицензионного вознаграждения.....	296
5.3. Методы определения экономической эффективности продажи и приобретения лицензий.....	304
5.4. Содержание и структура лицензионного соглашения.....	309
Тема 6. Методы стоимостной оценки объекта.....	314
6.1. Сравнительная характеристика методов стоимостной оценки интеллектуальных новаций.....	314
6.2. Характеристика методов затратного подхода.....	316
6.3. Характеристика методов прибыльного (доходного) подхода.....	317
6.4. Характеристика методов рыночного (сравнительного) подхода.....	323

Тема 7. Международный трансфер технологий.....	327
7.1. Современное состояние и перспективы развития процессов международной коммерциализации технологий в Украине.....	327
7.2. Общая характеристика мирового рынка технологий.....	332
7.3. Географическая структура мирового рынка технологий.....	334
7.4. Особенности международной передачи технологий.....	340
7.5. Современные направления международного трансфера технологий.....	346
7.6. Формы международного трансфера технологий.....	350
7.7. Особенности лицензирования и франчайзинга в международном трансфере технологий.....	356
РАЗДЕЛ XII. МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	363
Тема 1. Наука и научное исследование.....	363
1.1. Понятие о науке. Роль науки в развитии общества.....	363
1.2. Определение и классификация научных исследований.....	364
1.3. Основные этапы научно-исследовательской работы.....	365
Тема 2. Методологические основы научного познания и творчества.....	367
2.1. Понятие научного знания.....	367
2.2. Методы теоретических и эмпирических исследований.....	369
2.3. Элементы теории и методологии научно-технического творчества.....	373
Тема 3. Система научно-исследовательской работы в университетах.....	376
3.1. Особенности проведения научных исследований в вузе.....	376
3.2. Научно-исследовательская работа студентов в высшей школе.....	376
3.3. Схема проведения научных исследований в вузе.....	379
Тема 4. Организация и планирование научно-опытной и научно-методической работы.....	381
4.1. Цели и задачи научно-исследовательской деятельности.....	381
4.2. Организация, планирование и внедрение научно-исследовательских работ.....	383
4.3. Взаимосвязь, единство учебного и научного процессов.....	384
Тема 5. Направления научного исследования и этапы научно-исследовательской работы.....	385
5.1. Виды и направления научного исследования.....	385
5.2. Этапы научно-исследовательской работы.....	387
Тема 6. Научно-техническая и патентная информация.....	390
6.1. Научно-техническая информация и ее поиск.....	390
6.2. Изучение и анализ научно-технической информации, формулировка цели и задач научных исследований.....	392
6.3. Понятие, функция патента и права патентообладателя, патентная информация.....	394

Тема 7. Основы экспериментальных исследований.....	397
7.1. Понятие «эксперимент» и его виды.....	397
7.2. Логические средства экспериментального исследования. Экспериментальные факты и методы.....	401
7.3. Методология экспериментальных исследований.....	402
Тема 8. Предварительная оценка результатов эксперимента.....	405
8.1. Ошибки эксперимента, их типы.....	405
8.2. Методы исключения ошибок.....	405
Тема 9. Оформление научных исследований.....	406
9.1. Оформление отчетов о научно-исследовательских работах.....	406
9.2. Подготовка научных материалов к публикации.....	410
Тема 10. Внедрение и эффективность научных исследований.....	412
10.1. Внедрение результатов научно-исследовательских работ.....	412
10.2. Расчет экономической эффективности научных исследований.....	412
Тема 11. Магистерская диссертация и ее оформление.....	418
11.1. Технологические приемы научного творчества в экономических исследованиях.....	418
11.2. Последовательность и основные требования при оформлении магистерской диссертации.....	419
Литература к разделу XII.....	424
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	426