

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 30.01.2022 21:53:48

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра финансов и кредита

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

О.Г. Локтионова
« 14 » 12 2021 г.



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методические указания по организации самостоятельной работы
для студентов направления 27.04.05 Инноватика

КУРСК 2021

УДК 339.9

Составитель Е.С. Беляева

Рецензент

Зав. кафедрой финансов и кредита, доктор экономических наук,
профессор Колмыкова Т.С.

Стратегия развития инновационной деятельности: методические указания по организации самостоятельной работы для студентов направления 27.04.05 Инноватика/ Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Е.С. Беляева. - Курск, 2021. - 34 с. - Библиогр.: с. 32-34

Содержат вопросы для самоконтроля, компетентностно-ориентированные задачи и задания, темы докладов, список рекомендуемой литературы.

Методические указания соответствуют требованиям рабочей программы дисциплины «Стратегия развития инновационной деятельности».

Предназначены для студентов направления 27.04.05 Инноватика.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 2021. Формат 60x84 1/16.
Усл.печ. л. . Уч.-изд. л. /У. Тираж 100 экз. Заказ № Бесплатно.
Юго-Западный государственный университет.
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

Содержание дисциплины, структурированное по темам

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Основы инновационной деятельности	Сущность и модели инновационной деятельности. Организационные формы инновационной деятельности. Принципы эффективности инновационной деятельности. Управление инновационной деятельностью
2	Стратегическое планирование инноваций	Сущность инновационной стратегии. Возникновение и становление инновационных стратегий. Стратегическое управление инновациями. Цели, задачи, принципы стратегического управления инновациями. Виды инновационных стратегий. Содержание инновационного проекта
3	Инновационные стратегии поведения предприятия	Типы инновационного поведения предприятия. Стратегии в сфере массового производства. Стратегии дифференциации продукции и сегментирования рынка. Стратегии инновационных исследовательских и разрабатывающих организаций. Стратегии мелкого неспециализированного бизнеса
4	Стратегия и механизмы инновационного развития России	Инновационное развитие и социально-экономические показатели: взаимосвязь и роль в управлении инновационным развитием. Инновационная социально-ориентированная модель развития экономики. Основы организации национальной инновационной системы России. Нормативно-правовое обеспечение инновационной деятельности в Российской Федерации. Уровень инновационной активности. Оценка инновационного потенциала экономики. Современное состояние и проблемы инновационного

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		развития Российской Федерации. Вызовы инновационного развития. Цели, приоритеты и инструменты государственной инновационной политики. Приоритетные направления стимулирования и поддержки инновационной деятельности
5	Стратегический маркетинг инноваций	Содержание процесса стратегического маркетинга и уровни стратегического маркетингового планирования. Система стратегических целевых показателей маркетинга. Методы стратегического анализа маркетинговой среды при разработке и выведении на рынок инновационного продукта. Методические подходы к формированию стратегии роста инновационной организации.
6	Инновационное развитие предприятий в условиях цифровой экономики	Внутренние и внешние вызовы производства в России. Влияние цифровой экономики на развитие предприятия. Современный характер цифровой трансформации российской промышленности. Особенности формирования современной инновационной стратегии в условиях цифровизации экономики. Особенности развития инновационной инфраструктуры, как части стратегии управления инновациями
7	Зарубежный опыт стратегий инновационного развития	Формы вмешательства государства в инновационную деятельность предприятий. Инструменты поддержки инновационных кластеров в иностранных государствах Азии, Африки и Евросоюза. Ключевые направления модификации механизма инновационного развития экономики стран разных мира. Международный опыт разработки стратегий инновационного развития странами Европы и Америки

ТЕМА «ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Вопросы для самоконтроля

- 1 Что понимают под инновационной деятельностью?
- 2 Каким образом классифицируются инновации?
- 3 Какие виды инноваций вы знаете?
- 4 Что относится к статическим критериям оценки экономической эффективности инноваций?
- 5 Какие принципы проектного управления Вы знаете?
- 6 Раскройте этапы инновационного процесса.
- 7 Раскройте принципы эффективности инновационной деятельности.
- 8 Какие организационные формы инновационной деятельности Вы знаете?
- 9 Назовите модели инновационной деятельности.
- 10 Что понимают под управлением инновационной деятельностью?

Задание 1. Выберите верные утверждения. Аргументируйте свой ответ.

- 1 Новация – это соглашение сторон о замене одного заключенного обязательства на другое.
- 2 Инновация означает открытие.
- 3 Инновация – это нововведение.
- 4 Инновация – это процесс, направленный на реализацию результатов какого-то новшества.
- 5 Инновационная политика государства – это определение органами власти государства целей инновационной стратегии и механизма поддержки.
- 6 Инновационный потенциал – совокупность ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности.
- 7 Инновационная среда – это организации по осуществлению инновационной деятельности.
- 8 Инновационная инфраструктура включает в себя финансово-промышленные группы, научно-исследовательские институты.
- 9 Инновация выполняет внепроизводственную, инвестиционную, стимулирующую функции.
- 10 Инновации делятся на кризисные, стратегические, инновации развития.
- 11 Инновации бывают тактические и оперативные.

12 Инновации бывают производственно-торговые, социально-экономические, финансовые, управленческие.

13 Вид инновации – это совокупность инноваций, сведенных в единую группу по определенным признакам.

Задание 2. Укажите основные нормативные акты, регламентирующие инновационную деятельность в производственной, трудовой, финансовой сферах (заполните предложенную таблицу):

Таблица 1 - Соотношение сферы отношений и уровня осуществления инновационной деятельности

Сфера отношений	Уровень осуществления инновационной деятельности		
	Федеральный	Региональный	На уровне предприятия
Производственная			
Трудовая			
Финансовая			

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Инновационная деятельность и ее структура.
Организационные формы инновационной деятельности.
Критерии эффективности инновационной деятельности.
Управление инновационными проектами.

ТЕМА: «СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ»

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое новация и инновация? Перечислите и охарактеризуйте классификационные признаки инноваций.
2. Чем отличается инновация от новшества? Перечислите свойства и основные функции инновации.
3. Чем отличается кризисная инновация от инновации развития?
4. Что такое инновационный потенциал?
5. Что такое «инновационная инфраструктура»? Назовите основные составляющие инновационной инфраструктуры.

6. Что такое инновационный процесс? Определите факторы, влияющие на инновационный процесс.
7. Какие виды инновационной деятельности вы знаете? Раскройте сущность и содержание инновационной деятельности.
8. Какие показатели, характеризующие уровень инновационной активности, вы знаете?
9. Расскажите, какие цели и задачи преследует процесс управления инновациями. Какие этапы инновационного процесса вы знаете?
10. Что понимают под стратегическим планированием инноваций?

Задание 1. Расположите последовательно этапы цикла стратегического управления:

- а) установление инновационных идей;
- б) выбор стратегии;
- в) разработка стратегии;
- г) стратегический анализ;
- д) реализация стратегии;
- е) определение эффективности стратегии;
- ж) проведение стратегического и тактического контроллинга;
- з) разработка инновационной программы.

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Методы выбора инновационной стратегии (матрицы БКГ, McKinsey, «Томпсон и Стрикленд», ADL-LC).
2. Механизмы принятия стратегических решений в сфере инноваций.
3. Процесс планирования инновационной стратегии: сущность, проблемы, перспективы.
4. Формирование инновационной стратегии в условиях недостатка финансовых средств.
5. Формирование экспортной стратегии в условиях экономических санкций.
6. Защита инновационного предпринимательства от криминальной конкуренции.

ТЕМА: «СТРАТЕГИЯ И МЕХАНИЗМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ»

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимают под стратегией инновационного развития России?
2. Какие ключевые факторы инновационной экономики вы знаете?
3. Раскройте понятие глобализации. Какова ее роль в процессе мирового социально-экономического развития?
4. Что такое инновационная политика государства? Охарактеризуйте инновационную политику России.
5. Расскажите о формах инновационного предпринимательства. Какие формы крупного инновационного бизнеса России вы знаете?
6. Расскажите о целях и задачах государственного регулирования сферы инноваций.
7. Какие нормативно-правовые и законодательные акты, направленные на регулирование инновационной деятельности, существуют в РФ?
8. Какие формы поддержки малого инновационного бизнеса существуют в РФ?
9. Какие виды государственной поддержки инновационной деятельности применяются в российской практике?
10. Какие инновационные кластеры функционируют на территории РФ?

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Инновационный центр «Сколково»: история, реальность, перспективы развития.
2. Инновационные фонды Российской Федерации.
3. Технопарковые структуры в России: география, специфика, особенности.
4. Технополисы России: география, специфика, особенности.
5. Особые экономические зоны РФ как инструмент стимулирования инновационной деятельности.
6. Государственные программы импортзамещения и развития инновационной деятельности в России.

7. Государственное участие в процессе финансирования инноваций.

ТЕМА: «ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключаются цели и задачи стратегического управления инновациями?
2. Какие этапы процесса стратегического управления инновациями вы знаете?
3. Раскройте понятие «стратегия инноваций». Какие существуют виды инновационных стратегий?
4. Перечислите цели и задачи этапа прогнозирования в инновационном процессе. Какие методы прогнозирования инноваций вы знаете?
5. Раскройте понятия «прогноз», «научно-технический прогноз».
6. Что такое горизонт прогнозирования, период ретроспективы, прогнозный фон, тенденция?
7. Какие основные функции выполняет прогноз в системе инновационного менеджмента?
8. Что такое прогнозная модель?
9. Какие критерии классификации прогнозов вы знаете?
10. Что означают термины: верификация прогноза, точность прогноза, достоверность прогноза, вероятностный характер прогнозной информации?

Задание 1. Сформулируйте десять конкретных целей инновационной стратегии фирмы, разрабатывающей различные виды продукции (таблица 1).

Таблица 1 - Виды инновационной продукции

Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
новый высокотехнологичный продукт	новая наукоемкая технология	новая услуга

Примечание: инновация может быть придумана или заимствована из литературы, ее основные признаки и потребительские преимущества необходимо перечислить.

Задание 2. Заполните пустые столбцы:

1. В первом столбце расставьте формы инновационных стратегий с учетом области деятельности (виоленты, пациенты, коммутанты, эксплеренты).
2. В третьем столбце укажите примеры фирм соответствующих форме инновационной стратегии и области деятельности.

Примеры фирм с различной инновационной стратегией

Формы инновационных стратегий	Области деятельности	Пример
	Фирмы, специализирующиеся на создании новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка. Сила обусловлена во внедрении принципиальных нововведений, они извлекают выгоду из первоначального присутствия на рынке. Они – двигатели научно-технической революции. Их девиз: «Лучше и дешевле, если получится».	
	Фирмы, работающие на узкий сегмент рынка и удовлетворяющие требования потребителей. НТП требует принятия решений о сроках поставки на производство и снятия с него. Продукция дорогая и высококачественная. Их девиз: «Дорого, зато хорошо».	
	Сфера крупного бизнеса. НТП требует принятия решений о постановке продукции на производство, снятие с него, об инвестициях в расширение производства, о замене технологического парка. Их девиз: «Дешево, но прилично».	

Продолжение таблицы 1

	Сфера среднего и мелкого бизнеса. НТП требует принятия решения о поставке продукции на производство, о степени технологического освоения изделий. Их девиз: «Вы доплачиваете за то, что я решаю именно Ваши проблемы».	
--	---	--

Кейс 1.

Международный холдинг по производству пива “YBeer” разделяет свою деятельность на три рынка ведения бизнеса: Северная и Западная Европа, Восточная Европа и Азия. Компания начала экспортировать пиво в Китай в 1876 году. Пивоваренный завод является одним из лучших по качеству пивоваренных заводов компании во всем мире.

В 2014 году компания приобрела пивоваренный завод Куньмин Дали в провинции Юньнань. В 2015 году компания стала основным акционером пивоварни в Лхасе в Тибетском автономном районе. Расположенный на высоте 3700 метров над уровнем моря, считается самым большим пивоваренным заводом в самой высокой точке мира, принадлежащим группе.

В 2019 году компания продала оставшуюся часть доли компании в Шанхае пивоварне Циндао. В августе 2021 года компания объявила о формировании нового совместного предприятия с Чунцин пивоварней. Чунцин Холдинг является крупным акционером Чунцин пивоваренного завода. Совместное предприятие, которое будет называться Чунцин Xinghui Investment Co, Ltd, будет объединять 12 пивоваренных заводов в Китае в городах Чунцин , Сычуань , Гуанси , Гуйчжоу и Хунань . Компания вложила (около 30,90 млн. ам.долл.) и имеет в настоящее время долю в 30% предприятия.

В Китае около 130 компаний, производящих ежегодно около 5 млн. тонн солода. Этого недостаточно, чтобы удовлетворить спрос на внутреннем рынке. К началу 2022 года экономика Китая и экономическая ситуация в стране сохраняет быстрый рост и это способствует быстрому развитию пивоваренной промышленности. более 33,5 млрд.литров пива. По прогнозам многих экономистов через 8-10 лет 50% всего производимого пива в мире будет в Китае.

Задание: Сформулировать стратегические предпосылки для разработки программы инновационного развития компании.

Задача 1. Распределите нижеперечисленные критерии отбора инновационных проектов по классификационным группам, представленным в табл. 1.

Таблица 1 - Классификация критериев отбора инновационных проектов

Цели организации, стратегия, политика	Научно-технические критерии	Финансовые критерии	Производственные критерии	Рыночные критерии	Внешние критерии

Перечень критериев:

- 1) потенциальный годовой размер прибыли;
- 2) устойчивость положения организации;
- 3) стартовые затраты на осуществление проекта;
- 4) возможности использования налоговых льгот;
- 5) вероятность технического успеха;
- 6) стоимость и время разработки;
- 7) воздействие на другие проекты;
- 8) уникальность продукции (отсутствие аналогов);
- 9) количество вредных выбросов в атмосферу;
- 10) ожидаемый объем продаж;
- 11) вероятность коммерческого успеха;
- 12) уровень необходимой специализации и кооперации;
- 13) ожидаемая норма чистой прибыли;
- 14) соответствие проекта отношению организации к риску;
- 15) предполагаемая потребность в продукте;
- 16) воздействие на существующие продукты;
- 17) предполагаемые затраты и цена продукта;
- 18) наличие конкурентов;
- 19) наличие каналов сбыта продукции;
- 20) наличие научно-технических ресурсов;
- 21) перспектива научно-технического развития;
- 22) соответствие имиджу организации;
- 23) безопасность производства;
- 24) наличие необходимых научно-технических ресурсов;
- 25) движение затрат и доходов во времени;
- 26) оправданность изменений в стратегии организации;

- 27) соответствие проекта стратегии НИОКР в организации;
- 28) совместимость проекта с миссией и стратегией организации;
- 29) соответствие проекта отношению организации к нововведениям;
- 30) оптимальность структуры затрат на продукт, заложенный в проекте;
- 31) патентная чистота;
- 32) патентоспособность (возможна ли защита проекта патентом);
- 33) возможные будущие применения новой генерируемой технологии;
- 34) потребности в услугах консультативных фирм;
- 35) наличие технологических нововведений;
- 36) соответствие проекта имеющимся производственным мощностям;
- 37) наличие персонала в необходимой численности и квалификации;
- 38) величина издержек производства;
- 39) потребность в дополнительных производственных мощностях;
- 40) вредное воздействие продуктов и производственных процессов;
- 41) правовое обеспечение проекта, соответствие законодательству;
- 42) возможное влияние перспективного законодательства на проект;
- 43) реакция общественного мнения на осуществление проекта;
- 44) структура и количество используемых энергоресурсов;
- 45) условия утилизации продукта;
- 46) размер инвестиций в проект;
- 47) соответствие проекта потенциалу организации;
- 48) степень диверсификации организации;
- 49) время отсрочки получения прибыли по проекту;
- 50) соответствие проекта критериям экономической эффективности;
- 51) наличие финансовых ресурсов у организации;
- 52) необходимость привлечения заемного капитала (кредитов) для финансирования проекта;
- 53) финансовый риск проекта;
- 54) стабильность поступления доходов от проекта;
- 55) период времени реализации проекта.

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – виолентов.
2. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – пациентов.
3. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – коммутантов.
4. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – эксплерентов.
5. Виды инновационных стратегий предприятия.
6. Инновационные стратегии крупных корпораций: мировой опыт.

ТЕМА: «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ»

Вопросы для самоконтроля

1. Предпосылки развития стратегического маркетинга на российских предприятиях.
2. Сущность и иерархия (уровни) стратегических маркетинговых решений.
3. Уровни стратегического маркетингового планирования: корпоративный, дивизиональный, рыночно-продуктовый, инструментальный.
4. Содержание процесса стратегического маркетингового планирования.
5. Стратегические решения по выбору целевых рынков и формированию комплекса маркетинга.
6. Разработка плана маркетинговых мероприятий.
7. Методы анализа маркетинговых возможностей: ситуационный анализ.
8. Методы анализа маркетинговых возможностей: STEP (PEST)-анализ.
9. Методы анализа маркетинговых возможностей: SWOT-анализ.
10. Методы анализа маркетинговых возможностей: GAP-анализ.

Задача 1. В городе X с населением в 250 тыс. человек. Товарищ Иванов И.И. решил заняться бизнесом по изготовлению и продаже сахарной ваты. Он не планирует аренду или покупку отдельного помещения. В производстве использует только аппарат для приготовления ваты и необходимое сырье.

Задание: Привести примеры маркетинговой стратегии (способов продвижения товара на рынке) при реализации данного проекта.

- укажите места расположения торговых точек
- виды рекламы
- методы стимулирование сбыта (реализации) продукции

Задача 2. На промышленном рынке появился новый прибор длительного пользования. Начальный спрос на этот прибор складывался следующим образом:

Год	Начальный спрос
1-й	3 000
2-й	6 000
3-й	12 000
4-й	24 000
5-й	12 000
6-й	6 000

Начальный спрос на 7-й год был оценен в 3 000. Оказалось, что 50 % покупателей заменяют этот прибор после трех лет эксплуатации. Остальные заменяют его через четыре года. Никакого дополнительного спроса еще нет. Рассчитайте общий спрос в 7 году.

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Методы разработки стратегического инновационного маркетинга
2. Роль маркетинга инноваций в реализации эффективной стратегии инновационного развития
3. Стратегический маркетинг инновационных предприятий

ТЕМА: «ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сущность и условия цифровой трансформации производства?
2. Каковы преимущества цифрового производства?
3. В чем состоят особенности оценки инновационного потенциала в условиях цифровой экономики?
4. В чем влияние Индустрии 4.0 на изменение типологии субъектов инновационного процесса?
5. Раскройте концептуальные аспекты цифровой трансформации промышленных экосистем.
6. В чем влияние цифровой экономики на интеграцию производственных систем?
7. Сформулируйте основные проблемы реализации концепции «Индустрия 4.0» в России.
8. Что понимают под цифровым потенциалом предприятия?
9. Что понимают под «умными инновациями»?
10. Каково влияние промышленного искусственного интеллекта в обеспечении инновационного развития предприятий?

Задание 1. Проведите анализ объёмов промышленного производства по странам мира за последние 3 года. Сформулируйте выводы.

Задание 2. Проведите анализ расходов стран на НИОКР за последние 3 года. Сформулируйте выводы.

Задание 3. Проведите анализ показателей цифровой экономики по странам: расходы домохозяйств в цифровой сфере, инвестиций компаний в цифровизацию, государственные расходы на цифровизацию, экспорт и импорт ИКТ.

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Промышленный интернет и направления его развития.
2. Компания Amazon: факторы продвижения и успеха.
3. Механизм, масштабы и структура электронной торговли в России и мире.

ТЕМА: «ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТРАТЕГИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ»

Вопросы для самоконтроля.

1. Какие формы вмешательств государства в инновационную деятельность предприятий Вы знаете?
2. Охарактеризуйте инструменты поддержки инновационных кластеров в странах Азии.
3. Охарактеризуйте инструменты поддержки инновационных кластеров в странах Африки.
4. Охарактеризуйте инструменты поддержки инновационных кластеров в странах Евросоюза.
5. В чем состоят ключевые направления модификации механизма инновационного развития экономики различных стран мира?

Задание 1. Миссия компании Samsung Electronics:

Мы используем человеческие и технологические ресурсы компании для создания товаров и услуг превосходящего качества, осуществляя тем самым свой вклад в улучшение глобального состояния общества.

Видение компании Samsung Electronics:

Новое видение роли компании Samsung Electronics в мире на ближайшее десятилетие отражено в девизе компании "Inspire the World, Create the Future." (Дать миру надежду. Построить новое будущее).

Это новое видение основного направления деятельности компании Samsung Electronics отражает стремление руководства компании сконцентрировать свои усилия на трех ключевых направлениях: “Новые технологии”, “Инновационные продукты” и “Креативные решения” и воплотить свои достижения в Индустрии, среди партнеров и персонала компании. Реализация этих усилий, по мнению руководства Samsung, поможет сделать жизнь людей в мире более комфортной и интересной.

Частью нового видения перспектив развития компании Samsung является реализация двух целей: увеличение прибыли к 2020 г. до 400 млрд. долл. США и включение компании в пятерку ведущих мировых брендов. Для достижения этих целей Samsung разработал три стратегических подхода в области менеджмента: «Креативность», «Партнерство» и «Талант».

Samsung с энтузиазмом смотрит в будущее. Развивая и совершенствуя наши прежние достижения, мы будем осваивать такие новые области деятельности, как здоровье, медицина и биотехнология.

Вопросы к ситуации:

1. Проанализируйте миссию компании Samsung Electronics с точки зрения удовлетворения потребностей различных стейкхолдеров.
2. Как Вы понимаете разработанные стратегические подходы: «Креативность», «Партнерство» и «Талант» к развитию компании?

Задание 2. Стратегия фирмы MCDONALD’S1:

В 1993 г. Макдональдс был лидером среди предприятий общественного питания на мировом рынке, имея известную торговую марку и широкую сеть ресторанов с совокупными продажами в 22 млрд. долл. Две трети из 13 000 ресторанов работают на условиях франчайзинга под руководством 3750 собственников/операторов во всем мире. Продажи росли в среднем на 8% в США и на 20% за пределами Америки за последние 10 лет.

Разработки компании в области производства качественного питания, технологического оборудования, маркетинговых и обучающих программ систем управления и снабжения стали стандартами отрасли во всем мире.

Стратегическими приоритетами компании были: постоянный рост, обеспечение исключительного внимания клиенту, поддержка

репутации умелого и качественного производителя, большой объем производства и продвижение торговой марки Макдональдс на мировом рынке.

Стратегия Макдональдс состояла из следующих основных элементов:

Стратегия роста:

– Создавать 700–900 дополнительных ресторанов ежегодно, часть собственных и часть на условиях франчайзинга, причем две трети ресторанов должны открываться за пределами США.

– Обеспечивать более частые визиты клиентов за счет дополнения к завтраку и обеду специального меню, за счет низких цен и использования принципа дополнительной выгоды.

Стратегия франчайзинга:

– Осуществление строгого отбора в предоставлении франшиз (подход Макдональдса к выдаче франшиз состоял в том, что право работать под маркой McDonald's получали высокоталантливые и убежденные предприниматели с незапятнанной деловой репутацией. Они проходили стажировку непосредственно в компании Макдональдс с целью повышения их деловой активности.

Стратегия строительства и размещения ресторанов:

– Размещать рестораны только на территории, удобной для посетителей и обеспечивающей долговременный потенциальный рост объема продаж (компания использовала достаточно сложную технику выбора территории для обеспечения наилучшего размещения).

В США компания наряду с традиционным размещением своих заведений в городах и пригородах находила рынки сбыта на мелкооптовых базах, в крупных аэропортах, госпиталях, университетах.

За пределами США стратегия компании по размещению ресторанов предусматривала обеспечение строительства первого ресторана в центре городов, затем строились открытые, произвольно размещенные рестораны за пределами центра города в легкодоступных для клиентов местах. Там, где не практиковалась продажа земли, Макдональдс использовал долгосрочную аренду.

– Сокращать стоимость земли и строительства за счет использования высокоэффективных строительных технологий и решений, больших закупок оборудования и материалов, используя свою систему работы на мировом рынке. Одно из наиболее удачных решений компании было: ресторан в два раза меньше традиционного размера,

требующий меньшей территории и дешевле на 25%, обеспечивает примерно традиционный объем продаж.

- Использовать стандартные проектные решения, позволяющие соорудить привлекательные изнутри и снаружи конструкции и обеспечивающие свободную парковку и создание игровых площадок для детей.

Ассортиментная стратегия:

- Предлагать ограниченный набор блюд

- Расширить продуктовый ряд за счет новых категорий быстроприготавливаемой пищи (цыплята, мексиканская кухня, пицца и т.д.), а также включать больше позиций в меню для клиентов, заботящихся о своем здоровье.

- Осуществлять серьезную проверку компонентов продукции с целью обеспечения высокого качества и достаточной привлекательности для клиента до запуска новых товаров в массовое производство.

Производственная стратегия:

- Устанавливать строгие требования (стандарты) к товару, прямо связанные с технологией производства и работой ресторана (особенно при приготовлении пищи, чистоте помещений, а также осуществлять дружелюбное и честное кассовое обслуживание клиентов). Строить свои отношения с поставщиками на взаимовыгодной производственной основе, чтобы быть уверенным в поставке продуктов высочайшего качества.

- Разрабатывать оборудование и производственные системы, которые позволяли бы улучшить возможность обслуживания более горячей и хорошо проверенной пищей, быстрее и с большей аккуратностью.

Стратегия продвижения товаров:

- Укреплять имидж компании Макдональдс в областях качества, обслуживания, экологической чистоты и всеобъемлющей выгоды для клиентов, используя средства массовой информации для рекламы и стимулирование системы сбыта на основе выплаты вознаграждений в виде процентов от годового объема продаж каждого ресторана.

- Продолжать использовать разумные цены и дополнительные выгоды для обеспечения постоянного потока клиентов.

- Использовать имя Рональд Макдональдс для создания более привлекательного образа среди детей и приставки Мак для усиления связи позиций меню и компании Макдональдс.

Стратегия подбора и подготовка персонала:

- Предлагать ставки заработной платы, справедливые и не дискриминационные в каждом предприятии; учить искусству работать; поощрять как индивидуальную работу, так и работу в команде; предлагать возможность служебного роста.
- Найм на работу служащих, обладающих хорошими производственными навыками и честностью, и обучение их работе на пользу клиентам.
- Обеспечить тщательную подготовку персонала, чтобы максимально удовлетворять требования клиентов и расширять бизнес в сфере быстро приготовленной пищи за счет франчайзинга, подготовки управляющих и помощников управляющих ресторанами. (Инструкторы «Университета Гамбургер» в четырех студенческих городах штата Иллинойс, Германии, Англии и Японии в 1992г. подготовили более 3000 студентов для работы на 20 языках).

Социальная стратегия:

- Разработка в социальной сфере поддерживающих образовательных программ для работающих студентов; учет разнообразных и добровольных мотивов для работы, подтвержденных действиями; предоставление франшиз несовершеннолетним (в США самая большая и наиболее успешная группа несовершеннолетних предпринимателей имела франшизы от Макдональдса), вторичная переработка отходов (программа Макдональдса по регенерации отходов завоевала национальные награды США), обеспечение клиентов полезной информацией о товарах компании Макдональдс.

Вопросы к ситуации:

- 1.Какой глобальной стратегии придерживается фирма MCDONALD'S?
- 2.Дайте характеристику ассортимента выпускаемой продукции.
3. Охарактеризуйте стратегию фирмы в области управления персоналом.
- 4.Какие цели преобладают в фирме (внутренние или внешние)?
5. Почему вопросам поддержания имиджа уделяется такое большое внимание в фирме MCDONALD'?
- 6.Какие изменения среды ожидают MCDONALD'S в связи с расширением сети ресторанов и какие в связи с этим изменения в его поведении на рынке должны будут произойти?

7. Пользуясь материалами Интернета, сравните стратегии развития фирмы MCDONALD в различных регионах России (товарная, ценовая стратегии, методы продвижения и др.).

На основе аналитического обзора и анализа статей в научно-публицистических изданиях, а также ресурсов Интернет необходимо подготовить доклад по теме, выданной преподавателем.

Темы докладов:

1. Инновационные стратегии крупных корпораций: мировой опыт.
2. Зарубежный опыт стимулирования инновационной активности бизнеса.
3. Зарубежный опыт формирования стратегии инновационного развития организаций (страна по выбору студента).
4. Зарубежный опыт финансового обеспечения стратегии инновационного развития.

Тестовые вопросы для самоконтроля

1 Конечным результатом инновационной деятельности предприятия не является:

- а) новый или усовершенствованный продукт;
- б) новая или усовершенствованная технология;
- в) новое предприятие;
- г) новая потребность.

2 Основной целью инновационной политики предприятия является:

- а) завоевание новых рынков;
- б) расширение ассортимента продукции (услуг);
- в) повышение конкурентоспособности предприятия;
- г) повышение научно-технического уровня производства.

3 К внешним факторам, обуславливающим необходимость инновационной деятельности предприятия, относится:

- а) стремление к увеличению объема валовой продукции;
- б) расширение доли рынка;
- в) реакция на изменения условий функционирования;
- г) обеспечение финансовой устойчивости предприятия.

4 По степени новизны инновации подразделяются на:

- а) абсолютные и относительные;
- б) первичные и вторичные;
- в) радикальные и относительные;
- г) производственные и организационные.

5 Жизненный цикл инновации отражает продолжительность временного периода:

- а) от момента запуска инновации в производство до момента выхода готового изделия;
- б) от момента зарождения идеи до момента запуска инновации в производство;
- в) от момента выпуска готового изделия- инновации до момента потребления продукта конечным потребителем;
- г) от момента зарождения идеи до момента выпуска готового изделия.

6 Объектами венчурного инвестирования являются:

- а) государственные и муниципальные предприятия;
- б) любые коммерческие предприятия;
- в) крупные промышленные предприятия;

г) предприятия, способные к быстрому экономическому росту за счет активного внедрения инноваций.

7 Все виды активов, вкладываемых в хозяйственную деятельность с целью получения дохода, представляют собой:

- а) собственные активы предприятия;
- б) коммерческие ресурсы;
- в) инвестиции;
- г) вклады в Уставный капитал.

8 Дисконтирование – это:

- а) определение стоимости денежных потоков, относящихся к будущим периодам (будущих доходов на настоящий момент);
- б) процедура приведения денежного потока к конечному периоду;
- в) период, который проходит инвестиционный проект по мере его подготовки и реализации.

9 Метод сравнения эффективности инвестиционных проектов на основе чистой приведенной стоимости - это:

- а) принятие управленческого решения о целесообразности реализации проекта исходя из сравнения суммы будущих дисконтированных доходов с издержками, необходимыми для реализации проекта (капитальными вложениями);
- б) отношение приведенных денежных доходов к приведенным на начало реализации проекта инвестиционным расходам;
- в) метод оценки инвестиционных проектов путем выражения будущих денежных потоков, связанных с реализацией проектов, через их стоимость в текущий момент времени.

10 Что из перечисленного относится к внутренним источникам финансирования предприятия:

- а) выпуск акций предприятия;
- б) средства, полученные за счет снижения величины оборотного капитала предприятия;
- в) налоговый кредит в виде отсрочки налоговых платежей.

11 Что из перечисленного ниже не относится к внешним источникам финансирования предприятия:

- а) благотворительные взносы;
- б) средства дебиторской задолженности;
- в) товарный кредит, осуществляемый посредством аренды или лизинга;
- г) финансирование путем получения займа.

12 Как сказывается уровень инфляции на эффективность инвестиционного проекта:

- а) повышает степень риска капиталовложений;
- б) снижает степень риска капиталовложений;
- в) не оказывает влияния на степень риска капиталовложений.

13 Выберите наиболее полное определение, отражающее риск инвестиционного проекта – это:

- а) опасность возникновения непредвиденных потерь в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами;
- б) опасность потенциально возможной потери предпринимательских ресурсов, недополучения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на оптимальное использование ресурсов;
- в) опасность, возможность ущерба и убытка ресурсов.

14 Инвестиционный риск – это:

- а) невыполнение фирмой своих обязательств;
- б) невыполнение фирмой своих финансовых обязательств перед инвесторами;
- в) обесценивание инвестиционно-финансового портфеля, как соответствующих ценных бумаг, так и приобретенных.

15 Целью качественного анализа рисков является:

- а) определение факторов риска, тех этапов работ, при выполнении которых возникает риск, т.е. установление потенциальной области риска и перечисление факторов ее определяющих;
- б) прогноз экономических параметров отдельных рисков;
- в) численное определение размеров установленных потерь и вероятности их возникновения.

16 Правовые методы снижения риска - это:

- а) внедрение различных технических средств, направленных на снижение риска;
- б) относительное страхование, залог, неустойки, поручительство;
- в) комплекс распределительных мер, направленных на предотвращение потерь от риска, реализуемых с помощью различных управленческих регламентов.

17 Диверсификация риска – это:

- а) комплекс распределительных мер, направленных на предотвращение потерь от риска, реализуемых с помощью различных управленческих регламентов;

- б) метод выравнивания и распределения крупных рисков между несколькими страховщиками;
- в) распределение инвестиционных средств между различными, не связанными между собой объектами вложения, с целью снижения риска возможных потерь капитала или дохода на него.

18 В состав интеллектуальной собственности входят:

- а) деловая репутация;
- б) объекты промышленной собственности;
- в) объекты авторского права;
- г) нетрадиционные объекты правовой охраны различных объектов интеллектуальной собственности;
- д) коммерческая тайна.

19 Стратегическое планирование инноваций охватывает срок:

- а) свыше 5 лет;
- б) от 1 до 3 лет;
- в) от 3 до 5 лет.

20 Выход на новые рынки с новым товаром предусматривается:

- а) стратегией проникновения;
- б) стратегией развития;
- в) стратегией диверсификации.

21 Какие следует учитывать факторы при выборе инновационных стратегий?

- а) фактор риска. Он предполагает знание уровня риска, который организация считает приемлемым для каждого из принимаемых решений;
- б) фактор знания прошлых стратегий и результатов их применения;
- в) фактор стабильности функционирования предприятия;
- г) фактор времени. К сожалению, нередко хорошие идеи терпели неудачу потому, что были предложены к осуществлению в неподходящий момент;
- д) фактор экономической ситуации в стране;
- е) фактор реакции на владельцев. Стратегический план разрабатывается менеджерами организации, но часто акционеры, безусловно, могут оказывать силовое давление на его изменение.

22 Каковы способы разработки инновационных стратегий?

- а) сверху вниз, снизу вверх, слева направо, справа налево;
- б) по горизонтали, по вертикали, по диагонали;
- в) сверху вниз, снизу вверх, с привлечением специализированной консалтинговой организации.

23 Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:

- а) продуктовая;
- б) функциональная;
- в) ресурсная;
- г) организационно-управленческая;
- д) ситуационная.

24 Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды»), выбирают стратегию:

- а) роста;
- б) стратегию ограниченного роста;
- в) стратегию отсечения лишнего.

25 При наступательной стратегии затраты на нововведения:

- а) высокие;
- б) средние;
- в) низкие.

26 Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:

- а) наступательная;
- б) оборонительная;
- в) адаптационная;
- г) ситуационная.

27 Стратегия – это:

- а) средство достижения цели;
- б) детальный план достижения цели;
- в) контроль за ходом достижения цели.

28 С выбором стратегии связана разработка планов проведения исследований и разработок?

- а) да;
- б) нет.

29 Какая из фаз стратегического планирования является наиболее сложной?

- а) формулировка стратегии;
- б) придание стратегии формы;
- в) оценка и контроль.

30 Венчурный бизнес характерен для:

- а) крупных фирм;
- б) средних фирм;
- в) малых фирм.

31 Для фирм, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции характерна стратегия:

- а) наступательная;
- б) оборонительная;
- в) имитационная.

32 Может ли фирма пользоваться услугами консультантов при выработке стратегии?

- а) да;
- б) нет.

33 По отношению к инновационному процессу различают следующие типы стратегий развития:

- а) венчурная;
- б) быстрого возврата капитала;
- в) дифференциация;
- г) имитационная.

34 Инновационная и венчурная инвестиционные стратегии совпадают:

- а) при разработке принципиальной инновации;
- б) при внутрифирменном венчуре;
- в) при венчуре сопровождения;
- г) при разработке модифицирующей инновации.

35 Какие из перечисленных рисков не характерны для инновационной инвестиционной стратегии?

- а) страновой;
- б) инновационный;
- в) коммерческий;
- г) технологический.

36 Необходимым условием успешной реализации имитационной стратегии является:

- а) финансовая мощь фирмы-инвестора;
- б) быстрое освоение реальных инвестиций;
- в) эффективный маркетинг;
- г) сегментация рынка.

37 Для имитационной стратегии не свойствен:

- а) инновационный риск;
- б) технологический риск;
- в) коммерческий риск;
- г) регулярные риски.

38 Какие риски минимизирует венчурная стратегия:

- а) финансовый;
- б) технологический;
- в) макроэкономические;
- г) инновационные.

39 Стратегия, изначально нацеленная на устойчивое лидирующее положение - это:

- а) «Врываюсь первым и наношу массированный удар»;
- б) «Нападать быстро и неожиданно»;
- в) Поиск и захват «экологической ниши».

40 Добиться монопольного положения на небольшом рынке относится к стратегии:

- а) «Врываюсь первым и наношу массированный удар»;
- б) «Нападать быстро и неожиданно»;
- в) Поиск и захват «экологической ниши».

41 К стратегии НИОКР относится:

- а) Распределение между сферами управления;
- б) Распределение между проектами;
- в) Продуктово - рыночный ассортимент.

42 Под технополисом понимают:

- а) сложный многофункциональный комплекс, оказывающий широкий перечень различного рода услуг инновационным предприятиям;
- б) научно-производственный территориальный комплекс со сложной функциональной структурой;
- в) целостная научно-производственная структура, основанная как отдельный город;
- г) комплекс научно-технических, производственных и учебных организаций, имеющих общую специализацию, объединенную систему научно-технического и информационного обслуживания и централизованное управление.

43 Стратегическое планирование основывается на:

- а) анализе «кривой спроса и предложения»;
- б) финансовой отчетности организации;
- в) сведениях о конкурентах;
- г) анализе внешней и внутренней среды фирмы.

44 Стратегия роста предусматривает:

- а) установление показателей плана по стратегическим целям от достигнутого результата и его корректировка с учетом инфляции;
- б) превышение плановых показателей по стратегическим целям по сравнению с уровнем предыдущего года;

в) установление уровня преследуемых целей ниже достигнутых в прошлом.

45 Согласно модели выбора стратегии фирмы, завоевавшие большие доли рынка, «звезды», должны выбирать стратегию:

- а) ограниченного роста;
- б) роста;
- в) отсечения лишнего.

Требования к подготовке доклада

Целью подготовки доклада является углубленное изучение отдельных вопросов в рамках

тем дисциплины. В процессе подготовки доклада студент:

- углубляет знания и понимание отдельных аспектов дисциплины;
- развивает умение работать с научной и популярной литературой, учится грамотно

ссылаться на используемые источники, цитировать источники;

- совершенствует навыки самостоятельной работы;
- совершенствует использование методов научных и околонаучных исследований:

сравнения, обобщения, логического обоснования и других.

Требования к содержанию доклада:

- материал должен относиться строго к выбранной теме;
- грамотное и логичное изложение основной идеи по заданной теме;
- краткий анализ проведенной исследовательской работы, в том числе обоснование

преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой студент солидарен.

Структура доклада (порядок слайдов):

- 1 Титульный слайд.
- 2 План доклада (3-4 пункта).
- 3 Актуальность темы доклада, его цель.
- 4 Основные понятия и определения по теме доклада.
- 5 Основная идея доклада, обоснование ее правильности в поле зрения докладчика.
- 6 Возможности реализации идеи на практике и польза для общества.
- 7 Выводы.

Список рекомендуемой литературы

1. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью : учебник / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496086>. – Текст : электронный.
2. Комарова, О. М. Перспективы и риски стратегического управления инновациями в условиях цифровизации экономики / О. М. Комарова ; Государственный гуманитарно-технологический университет. – Орехово-Зуево : Директ-Медиа, 2018. – 102 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567375>. – Текст : электронный.
3. Сбоева, И. А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И. А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559>. – Текст : электронный.
4. Управление инновациями : учебник и практикум для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Е. А. Спиридонова. - Москва : Юрайт, 2021. - 298 с.
5. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : [для студентов вузов, обуч. по специальности "Инновационный менеджмент"] / А. А. Алексеев ; Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т. - Москва : Юрайт, 2017. - 247 с. - Текст : непосредственный.
6. Назмутдинова, Е. В. Менеджмент в инновационной деятельности : учебник / Е. В. Назмутдинова, В. А. Чейметова, М. Г. Глухова ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2019. – 115 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611362> – Текст : электронный.
7. Управление инновационной деятельностью : учебник / Т. А. Искяндерова, Н. А. Каменских, Д. В. Кузнецов и др. ; под ред. Т. А. Искяндеровой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. –

Москва : Прометей, 2018. – 354 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке.

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494876> – Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечные системы:

1. Научная электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>;

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>;

3. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prlib.ru/>;

4. Информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://нэб.рф/>;

5. Электронная библиотека ЮЗГУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://library.kstu.kursk.ru:8087/jirbis2/>.

6. УИС «РОССИЯ» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>.

2. Современные профессиональные базы данных:

1. БД «Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>;

2. Профессиональная база данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kurskstat.gks.ru/>;

3. БД «Polpred.com Обзор СМИ» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com>;

4. БД периодики «EastView» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/>;

5. База данных «Web of Science» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://apps.webofknowledge.com/>;

6. База данных «Scopus» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.scopus.com/>.

3. Информационные ресурсы со свободным доступом:

1. Ассоциация Российских банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://arb.ru/>

2. Группа Всемирного банка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.worldbank.org>.
3. МВФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.imf.org>.
4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/?fullversion=1>
5. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>
6. Национальное бюро кредитных историй [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nbki.ru/>
7. ООН [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.un.org/russian.
8. Организация экономического сотрудничества и развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://oecd.org>.
9. ФИНАМ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.finam.ru/>
10. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>