



НАРОДНАЯ УКРАИНСКАЯ АКАДЕМИЯ

# **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ БИЗНЕС**

Методические указания

Издательство НУА

НАРОДНАЯ УКРАИНСКАЯ АКАДЕМИЯ

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ БИЗНЕС**

Методические рекомендации для студентов,  
обучающихся по специальности  
8.03050401, 7.03050401 – Экономика предприятия

Харьков  
Издательство НУА  
2015

УДК 658.152.13(072+075.8)

ББК 65.49р30-2

И 73

*Утверждено на заседании кафедры экономики предприятия*

*Народной украинской академии.*

*Протокол № 5 от 01.12.2014.*

Автор-составитель *Г. Б. Тимохова*

Рецензент *канд. экон. наук О. А. Иванова*

Методичні рекомендації містять перелік лекційних тем; основні питання, необхідні для підготовки до семінарських та практичних занять; завдання для самостійної роботи; списки літератури; словник основних термінів. Матеріал дає можливість організації самостійної роботи студентів.

И 73

**Интеллектуальный бизнес** : метод. рекомендации для студентов, обучающихся по специальности 8.03050401, 7.03050401 – Экономика предприятия / Нар. укр. акад., [каф. экономики предприятия ; авт.-сост. Г. Б. Тимохова]. – Харьков : Изд-во НУА, 2015. – 64 с.

Методические рекомендации содержат перечень лекционных тем; основные вопросы, необходимые для подготовки к семинарским и практическим занятиям; задания для самостоятельной работы; списки литературы; словарь основных терминов. Материал дает возможность организации самостоятельной работы студентов.

**УДК 658.152.13(072+075.8)**

**ББК 65.49р30-2**

© Народная украинская академия, 2015

## ВВЕДЕНИЕ

В XX веке услуги заняли полноправное место в экономической модели мира. В 1935 г. Алан Фишер предложил считать сферу услуг третичным сектором экономики, вслед за обрабатывающим (вторичным) и добывающим (первичным) секторами. А в 1940 г. трехсекторную модель Фишера развил Колин Кларк. С тех пор эта модель Кларка-Фишера стала общепризнанной:

под «первичным» сектором понимают сельское хозяйство и добычу полезных ископаемых;

к «вторичному» сектору относится обрабатывающая промышленность;

«третичный» сектор в принятой ранее классификации объединял все услуги – от транспорта и связи до образования и государственного управления.

Однако уже в третьей четверти XX века некоторые западные ученые стали выдвигать идеи об экономике будущего, основанной на знаниях, – так называемой «интеллектуальной экономике». На рубеже XXI столетия она стала приобретать реальные черты в передовых странах мира. К середине века, по-видимому, только такая экономика и будет считаться «развитой» и «современной». А «сервисная» экономика станет таким же признаком экономической отсталости, как «аграрная» – в начале XX века и «индустриальная» – в его конце.

По аналогии с предыдущими типами, «интеллектуальная экономика», или «экономика знаний», наступит, когда более половины населения будет занято в некоем ведущем секторе. Известно, что основным ресурсом при производстве услуг является труд. Однако труд, используемый при оказании различных услуг, требует разного уровня образования и квалификации. По этой причине сектор услуг был условно разделен на два – путем выделения сектора интеллектуальных (знаниеёмких) услуг, который исследователи по сложившейся традиции называли четвертичным. В него включены те виды услуг, которые требуют высококвалифицированного креативного труда

Предмет дисциплины: интеллектуальные услуги и интеллектуальная собственность

Цель изучения дисциплины – раскрыть основные теоретические и методологические понятия, специфику, особенности и составляющие экономики интеллектуального бизнеса, приобретения умений и навыков конкретной деятельности предприятия в сфере коммерциализации объектов интеллектуальной собственности методами оценки стоимости объектов права, методами экономической оценки инновационных решений.

## ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Интеллектуальный бизнес» является дисциплиной из блока дисциплин специализации и опирается на знания и навыки, полученные при изучении следующих учебных дисциплин: «Экономика организации», «Менеджмент», «Стратегия предприятия», «Маркетинг», «Инвестирование», «Потенциал предприятия», «Проектный анализ» и комплекса других обще профессиональных и специальных дисциплин.

Предметные компетенции по дисциплине «Интеллектуальный бизнес»

– когнитивная: понимание правовых аспектов интеллектуальной собственности и умение использовать полученные знания в процессах управления проектами в сфере интеллектуального бизнеса;

– методологическая: управление процессами организации инновационной деятельности, принятия решений и организация действий относительно процесса оценки, приобретения прав и введение интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот;

– технологическая: применения управленческих технологий при создании, охране, использованию и защите объектов интеллектуальной собственности;

– контрольная: осуществление контроля за ходом проектных действий по запланированным срокам и соответствием процессов установленным правилам и требованиям нормативно-правовых документов в сфере интеллектуальной собственности

### ***Студент должен владеть:***

- методами оценки коммерческого потенциала интеллектуального ресурса
- методами оценки потребительских сегментов;
- навыками командообразования;
- навыками продвижения продукта, используя различные виды коммуникаций;
- методами оценки эффективности инновационного и интеллектуального бизнеса;
- основными подходами, методами и приемами реализации и управления инновационными проектами;
- практическими навыками предоставления информации в наиболее доступной и информативной форме для заинтересованных в реализации проекта возможных инвесторов.

### ***Студент должен знать:***

- составляющие экономики интеллектуальной собственности;
- функциональные группы интеллектуальных услуг;

- классификацию видов и свойства механизма функционирования интеллектуального капитала;
- методы анализа и оценки потребителей инновационного продукта или технологии;
- средства продвижения продукта;
- основные способы продвижения продукта;
- методы оценки технологии как основного ресурса для создания нового продукта
- основные положения финансовой и учетной политики предприятия в сфере интеллектуального бизнеса;
- механизмы коммерциализации интеллектуального бизнеса;
- систему бухгалтерского учета объектов права интеллектуальной бизнеса, как нематериальных активов предприятия, налогообложения;
- порядок проведения инвентаризации объектов права интеллектуальной бизнеса и отражение ее результатов;
- подходы к оценке прав на объекты интеллектуальной бизнеса и ее последовательность проведения;
- факторы, влияющие на размер цены договора (лицензии)

***Студент должен уметь:***

- формировать ценностное предложение для различных потребительских сегментов осуществлять патентный поиск;
- задумать, спланировать и осуществить процесс управления развитием инновационного проекта; строить бизнес-модель, исходя из имеющихся ресурсов, с клиентами, используя различные модели; ориентируясь на выбранные потребительские ниши;
- выявлять и анализировать риски, а так же возможности реализации конкретных инновационных решений;
- составлять и анализировать бизнес модель реализации инновационного проекта с учетом влияния возможных факторов на конкретные решения внутри бизнес модели; формировать ценностное предложение для различных потребительских сегментов осуществлять патентный поиск;
- задумать, спланировать и осуществить процесс управления развитием проекта; строить бизнес-модель, исходя из имеющихся ресурсов, ориентируясь на выбранные потребительские ниши;
- выстраивать взаимоотношения с клиентами, используя различные модели;
- выявлять и анализировать риски, а так же возможности реализации конкретных инновационных решений;

составлять и анализировать бизнес модель реализации инновационного проекта с учетом влияния возможных факторов на конкретные решения внутри бизнес модели;

- определять критерии введения в хозяйственный оборот предприятия объектов права интеллектуальной бизнеса;
- применять методы: оценки стоимости прав на объекты интеллектуальной бизнеса, определения износа (амортизации) нематериальных активов;
- рассчитывать показатели эффективности использования интеллектуального бизнеса.

## КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН КУРСА

Разделы и темы курса	Лекций	Практических (семинарских) занятий	Самостоятельной работы студентов
1 Развитие и специфика интеллектуального бизнеса.	2	4	11
2. Функциональные группы интеллектуального бизнеса.	2	4	11
3 Экономика интеллектуальной собственности.	2	4	11
4. Организационное обеспечение управления интеллектуальным бизнесом.	2	4	11
5 . Оценка интеллектуального потенциала предприятия	4	6	15
6 Ценообразование в интеллектуальном бизнесе.	2	4	11
7. Системы управления интеллектуальным предприятием	2	4	11
8. Финансирование развития интеллектуального бизнеса	2	4	11
Всего	18	34	92



## **СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ КУРСА**

Программа учебной дисциплины состоит из следующих содержательных модулей:

1. Методические основы организации процесса управления интеллектуальным бизнесом
2. Внедрение управления интеллектуальным бизнесом
3. Управление интеллектуальным бизнесом

### **Содержательный модуль 1 Методические основы организации процесса управления интеллектуальным бизнесом**

#### ***Тема 1. Развитие и специфика интеллектуального бизнеса.***

Предпосылки развития интеллектуального бизнеса. Сущность интеллектуального бизнеса. Формирование интеллектуального потенциала бизнеса. Экономические отношения в сфере интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность и рынок.

Предложение и спрос на интеллектуальные товары. Государственное регулирование экономических отношений в сфере интеллектуальной собственности. Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности.

#### ***Тема 2. Функциональные группы интеллектуального бизнеса.***

Предприятия интеллектуального бизнеса: сущность и виды. Модель обратного жизненного цикла модель Барраса. Классификация К. Павитт инновационного поведения.

Трансформация интеллектуальной собственности в инновационный продукт. Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности. Аутсорсинг, бизнес-дизайн, аудстаффинг, краудфанниг, формы аутсорсингового сотрудничества.

#### ***Тема 3. Экономика интеллектуальной собственности.***

Стратегические цели и ценности интеллектуального бизнеса. Бизнес модель интеллектуального предприятия. Интеллектуальная собственность как составляющая интеллектуального капитала по экономическому содержанию. Интеллектуальная собственность в хозяйственной деятельности. Интеллектуальный потенциал предприятия.

Модель процесса формирования объекта промышленной собственности и введение его в хозяйственный оборот. Налогообложение операций с нематериальными активами. Степень стандартизации услуги.

Конкурентные преимущества объектов интеллектуальной собственности, определяющие поведение на рынке.

## **Содержательный модуль 2. Внедрение управления интеллектуальным бизнесом**

### ***Тема 4. Организационное обеспечение управления интеллектуальным бизнесом.***

Основные этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации Показатель оценки эффективности создания и использования ИП и системы управления ИП. Функции основных подсистем по управлению интеллектуальным потенциалом организации. Проблемные функциональные области в управлении интеллектуальным предприятием.

Модель Л. Гарикано организационной структуры интеллектуальной фирмы Функции интеллектуального капитала предприятия. Формирование кадрового потенциала для развития интеллектуального потенциала. Влияние кадрового потенциала на интеллектуальный потенциал организации. Условия роста интеллектуального потенциала организации.

### ***Тема 5. Оценка интеллектуального потенциала предприятия***

Взаимосвязь интеллектуального потенциала с интеллектуальным капиталом. Методы измерения и вычисления интеллектуального капитала на предприятиях. Методологические проблемы и методический инструментарий оценки интеллектуального потенциала предприятия. Модели оценки интеллектуальных активов, основанные на бухгалтерском доходе, ресурсах и денежном потоке. Вероятностная оценка интеллектуального капитала предприятия.

Методологические проблемы финансовой оценки нематериальных активов. Методики оценки интеллектуального капитала и потенциала компании. Стандарт SFAS 142 и его содержание.

### ***Тема 6 Ценообразование в интеллектуальном бизнесе.***

Система нормативно - правовых актов, регулирующих порядок расчета стоимости объектов интеллектуальной собственности. Методологические основы определения цены и рыночное ценообразование. Цена научной разработки: от нормативной к рыночной.

Методологические проблемы ценообразования на рынке интеллектуальной собственности. Цена научной разработки: от нормативной к рыночной. Оценка патентов и лицензий при продаже .

Предложение и спрос на интеллектуальные товары. Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности. Налогообложение операций с нематериальными активами.

### **Содержательный модуль 3 Управление интеллектуальным бизнесом**

#### ***Тема 7 Системы управления интеллектуальным предприятием***

Основные этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации. Функции основных подсистем по управлению интеллектуальным потенциалом организации. Проблемные функциональные области в управлении интеллектуальным предприятием. Этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации. Показатели оценки эффективности создания и использования ИП и системы управления ИП. Характерные решения по управлению информацией. Особенности решений, принимаемых в сфере управления информацией. Классификацию степени выполнения функций управления ИА традиционными подразделениями предприятия

#### ***Тема 8 Финансирование развития интеллектуального бизнеса***

Система стоимостных показателей управления интеллектуальной собственностью. Основные подходы к оценке достоверности стоимостных показателей объектов интеллектуальной собственности. Источники и формы финансирования интеллектуального потенциала. Формирование стратегии финансирования и составление карты развития предприятия. Система показателей оценки эффективности финансирования интеллектуального предприятия. Особенности функционирования бизнес-акселераторов. Показатели рискованности финансирования стартапов. Особенности реализации модели специализированного финансирования. Особенности реализации краудфандинга.

#### ***Распределение времени по видам учебных занятий.***

Курс «Интеллектуальный бизнес» изучается в 9-м семестре на 5-ом курсе факультета БУ дневной формы обучения. Общий объем – 144 часов, из них: 52 часов – аудиторные занятия; 92 часов – самостоятельная работа.

*Семестр 9:* 18 часа лекционного материала, 34 часа практических (семинарских) занятий; 92 часов – самостоятельная работа. Итоговая форма контроля: экзамен.

### *Контроль успеваемости.*

Контроль уровня усвоения знаний и успеваемости студента осуществляется в соответствии с критериями оценки кредитно-модульной системы: модульной аттестации, зачета и экзамена. Академические успехи студента определяются по рейтинговой 100-балльной шкале, а итоговые оценки по национальной шкале и шкале ECTS.

Соотношение оценок национальной шкалы со шкалой ECTS определяется в соответствии с табл. 1

Таблица 1

Шкала оценок

По шкале ECTS	По национальной шкале	По шкале ХГУ «НУА»
A	5 (отлично)	85–100
BC	4 (хорошо)	65–84
DE	3 (удовлетворительно)	50–64
FX	2 (неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи)	25–49
F	2 (неудовлетворительно с обязательным повторным изучением курса)	1–24

В соответствии со шкалой ECTS и принятой системой оценивания в ХГУ «НУА» возможна более глубокое определение успеваемости студентов и детальная оценка результатов. С этой целью базовая шкала успеваемости может быть дифференцирована (табл. 2).

Технология изучения дисциплины включает использование взаимосвязанных видов занятий, основными из которых являются лекционные, семинарские, практические занятия, решение практических и ситуационных задач, контрольные работы, тестовые задания, самостоятельная работа студентов, экзамен.

Практические занятия проводятся с целью углубления и закрепления знаний, полученных студентами в ходе лекционных занятий и самостоятельной работы с учебной и научной литературой, получения прикладных навыков выполнения практических экономических расчетов и проведения технико-экономического обоснования принятия решения.

Таблица 2

**Шкала оценивания в соответствии с кредитно-модульной системой  
организации учебного процесса**

По шкале ECTS	Характеристика по национальной шкале	По национальной шкале	По шкале ХГУ «НУА»
А	ОТЛИЧНО – выполнение лишь с незначительным количеством ошибок	5 (отлично)	85–100
В	ОЧЕНЬ ХОРОШО – выше среднего уровня с несколькими ошибками	4 (хорошо)	75–84
С	ХОРОШО – в общем правильная работа с незначительным количеством значимых ошибок		65–74
Д	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО – неплохо, но со значительным количеством недостатков	3 (удовлетворительно)	57–64
Е	ДОСТАТОЧНО – выполнение удовлетворяет минимальным критериям		50–56
FX	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО – необходимо поработать перед тем как передать	2 (неудовлетворительно)	25–49
F	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО – необходима серьезная дальнейшая работа, обязательный повторный курс		0–24

Написание контрольных работ проводится с целью контроля степени усвоения материала дисциплины.

Самостоятельная и индивидуальная работа планируется для каждого студента с целью закрепления и углубления знаний, совершенствования навыков работы с дополнительной литературой и активного поиска новых знаний, подготовки к выполнению контрольных работ, экзамена.

Итоговая оценка по дисциплине «Интеллектуальный бизнес» является суммой рейтинговых оценок (баллов), полученных за отдельно оцениваемые формы учебной дисциплины: тестирование, практические занятия, индивидуальные задания и др.

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ ПО МОДУЛЯМ

Распределение учебного материала по модулям ведется с учетом форм контроля по завершению изучения курса, логико-содержательной характеристики разделов дисциплины, их значимости в соответствии с целями и задачами курса «Интеллектуальный бизнес» и междисциплинарных связей.

Составными элементами учебного модуля дисциплины «Интеллектуальный бизнес», как правило, являются: название, перечень входящих тем и вопросов; методические рекомендации по работе над данным модулем; тематика и задания практических занятий, методические рекомендации по их выполнению; задания для аудиторного текущего контроля; задания для самостоятельной работы студентов и рекомендации по их выполнению; вопросы для самопроверки; рейтинговые оценки (баллы) за выполнение каждого из видов заданий.

Таблица 3

Распределение учебного времени по модулям

Кредитные модули	Общее количество часов	Аудиторные занятия, час		Самостоятельная работа, час
		лекции	практические	
Модуль 1	40	6	12	33
Модуль 2	48	8	14	37
Модуль 3	36	4	8	22
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>18</b>	<b>34</b>	<b>92</b>
Итоговая форма контроля	Экзамен			

# МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА И ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

## Содержательный модуль 1 Методические основы организации процесса управления интеллектуальным бизнесом

*Цель модуля: дать представление о генезисе интеллектуального бизнеса; раскрыть содержание и принципиальные особенности базовых моделей интеллектуального предприятия и раскрыть основные подходы к их разработке; рассмотреть основные этапы и особенности формирования жизненного цикла предприятий четвертичного сектора экономики.*

### ***Тема 1 Развитие и специфика интеллектуального бизнеса.***

1. Генезис интеллектуального бизнеса. Сущность интеллектуального бизнеса.
2. Признаки и классификация интеллектуальной услуги.
3. Формирование интеллектуального потенциала бизнеса.

#### ***Изучив материал, вы должны знать:***

- Предпосылки формирования и развития предприятий четвертичного сектора экономики;
- Особенности производства интеллектуальных услуг;
- Особенности сопроизводства интеллектуальных услуг потребителем;
- Признаки ассиметрии информации в секторе интеллектуальных услуг;
- Методы и способы защиты интеллектуальной собственности лежащей в основе интеллектуального бизнеса.

#### ***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Разбираться в проблемах терминологии;
- Анализировать эволюционный процесс развития интеллектуального предприятия;
- Анализировать функциональные группы интеллектуальных услуг;
- Выделять функциональные признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальную услугу;
- Обосновывать целесообразность применения различных концепций менеджмента при анализе деятельности предприятий четвертичного сектора экономики;
- Определять различия материальных и интеллектуальных продуктов;

## Список литературы

### *Основная*

1. Аврамова О.Є., Васильєва Н.Г., Перевалова Л.В. Правові засади інтелектуальної власності в Україні: навчальний посібник / О.Є. Аврамова, Н.Г. Васильєва, Л.В. Перевалова.- Х: НТУ «ХП», 2012.- 76с.
2. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2008. – 431 с.
3. Інтелектуальна власність: навч.посіб. /Г.О. Остапович, О.М. Стороженко, Г.В. Уманців, О.В. Фоміна.- К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2012.- 456с.
4. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка : [підручник] / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко . – К. : Знання, 2010. – 687 с.

### *Дополнительная*

1. Александр Остервальдер, Ив Пинье. Построение бизнес-моделей. - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 288 с.
2. Прахалад К. К., Кришнан М. С. Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем - М.: Альпина Паблишер, 2012. – 264 с.
3. Стив Бланк, Боб Дорф. Стартап. Настольная книга основателя. - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 614 с.

### *Тема 2. Функциональные группы интеллектуального бизнеса.*

1. Предприятия интеллектуального бизнеса: сущность и виды.
2. Модели жизненного цикла интеллектуально предприятия.
3. Особенности организации производства на интеллектуальном предприятии.

#### *Изучив материал, вы должны знать:*

- Классификацию интеллектуальных предприятий;
- Модели продуктового цикла интеллектуального бизнеса;
- Фазы жизненного цикла интеллектуального предприятия;
- Особенности реализации модели обратного жизненного цикла;
- Показатели динамики развития интеллектуальных предприятий;
- Особенности реализации различных форм аутсорсингового сотрудничества.

#### *Изучив материал, вы должны уметь:*

- Составлять и анализировать бизнес модель реализации проекта работы интеллектуального предприятия с учетом влияния возможных факторов на конкретные решения внутри бизнес модели;
- Охарактеризовать ключевые черты интеллектуальной организации;



- Строить бизнес-модель, исходя из имеющихся ресурсов, ориентируясь на выбранные потребительские ниши;
- Выявлять и анализировать риски, а так же возможности реализации конкретных инновационных решений.
- Формировать ценностное предложение для различных потребительских сегментов осуществлять патентный поиск.

## **Список литературы**

### *Основная*

1. Антоненко В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М., Издательство «Дело» АНХ, 2009.

2. Кірін Р.С. Інтелектуальна власність: підручник /Р.С. Кірін, В.Л. Хоменко, І.М. Коросташова.- Д. : Національний гірничий університет, 2012.- 320с.

3. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 448 с.

### *Дополнительная*

1. Александр Остервальдер, Ив Пинье. Построение бизнес-моделей. - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 288 с.

2. Квашнин А.Г. Как управлять портфелем технологий и интеллектуальной собственностью. Практические руководства для центров коммерциализации технологий, 2006, 264 с.

3.. Тим Браун. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 256 с.

## ***Тема 3 Экономика интеллектуальной собственности.***

1. Стратегические цели и ценности интеллектуального бизнеса.

2. Модель процесса формирования объекта промышленной собственности и введение его в хозяйственный оборот.

3. Конкурентные преимущества объектов интеллектуальной собственности, определяющие его поведение на рынке.

### ***Изучив материал, вы должны знать:***

- Основные элементы инфраструктуры интеллектуального предприятия;
- Основные тенденции развития консалтинга;
- Виды и стили консалтинга;
- Стадии консалтингового процесса;

- Особенности ценообразования интеллектуального продукта;
- Структуру издержек интеллектуального продукта.

***Изучив материал, вы должны уметь:***

- выявлять различные типы и ресурсы инноваций, анализировать эволюционный процесс развития интеллектуального продукта;
- Разбираться в проблемах терминологии управления интеллектуальным капиталом предприятия;
- Анализировать функциональные группы интеллектуальных услуг;
- Выделять функциональные признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальную услугу.
- Обосновывать целесообразность применения различных концепций менеджмента при анализе деятельности предприятий четвертичного сектора экономики;
- Определять различия материальных и интеллектуальных продуктов;
- Формировать ценностное предложение для различных потребительских сегментов осуществлять патентный поиск.

## **Список литературы**

### ***Основная***

1. Платонов В.В., Рогова Е.М., Воробьев В.П. Интеллектуальные активы и инновации: проблемы оценки, учета и управления. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 320с.
2. Руус Йоран, Пайк Стивен, Фернстрем Лиза. Интеллектуальный капитал. Практика управления. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 460с.
3. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом. – М.: Омега-Л, 2010 – 130с.
4. Ястремська О.О. Інтелектуальна власність: навчальний посібник /О.О. Ястремська.- Х. : Вид. ХНЕУ, 2013.- 124с.

### ***Дополнительная***

1. Квашнин А.Г. Как управлять портфелем технологий и интеллектуальной собственностью. Практические руководства для центров коммерциализации технологий, 2006, 264 с.
2. Ильин В.В. Моделирование бизнес-процессов : практ. опыт разработчика./ М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2006 – 48с.
- 3 Стив Бланк, Боб Дорф. Стартап. Настольная книга основателя. - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 614 с.

### **Вопросы для проверки знаний и самоподготовки (модуль 1)**

1. Что собой представляет четвертичный сектор экономики?
2. Каковы составляющие элементы интеллектуального потенциала организации?
3. Чем характеризуется постиндустриальное развитие экономики?
4. Какова роль экономики знаний в социально-экономическом развитии современного общества?
5. Каково влияние интеллектуального потенциала на конкурентоспособность организации?
6. Какие существуют модели продуктового цикла интеллектуального бизнеса?
7. Какие особенности реализации модели обратного жизненного цикла?
8. Перечислить показатели динамики развития интеллектуальных предприятий, объяснить природу их возникновения.
9. Дать характеристику особенностям реализации различных форм аутсорсингового сотрудничества.
10. В чем взаимосвязь интеллектуального потенциала с интеллектуальным капиталом?
11. Каковы функции интеллектуального капитала?
12. Перечислить и дать характеристику стадиям консалтингового процесса?
13. Дать характеристику особенностям ценообразования интеллектуального продукта?
14. Структуру издержек интеллектуального продукта.
15. Какие существуют функциональные группы интеллектуальных услуг?
16. Какие существуют функциональные признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальную услугу?
17. В чем заключается сущность патентного поиска?

### **Подготовить сообщения – презентации на темы:**

1. Развитие и практика аутстаффинга в Украине.
2. Оценка потенциала развития аудиторских предприятий в Харьковской области.
3. Оценка профессионально-квалификационного потенциала предприятий ИТ – сектора в г. Харькове.
4. Анализ внешней среды аутсорсинга технологий.
5. Анализ применения интернет – маркетингового консалтинга для бизнеса В2В и В2С.
6. Практика применения краудстаффинга в Украине.
7. Отличительные особенности, проблемы и перспективы развития экономики четвертичного сектора экономики в Украине.
8. Развитие наукоемких отраслей в Украине за последние пять лет.
9. Анализ развития технологий будущего.
10. Оценка потенциала развития инжиниринговых предприятий в Украине.

## Модульный контроль 1.

### **КЕЙС 1. Расцвет индустрии программного обеспечения в Индии.**

Являясь относительно бедной страной, нелегко представить Индию в качестве нации, способной заявить о себе в сфере высоких технологий, таких, например, как индустрия программного обеспечения. Однако чуть более десяти лет назад как раз эта индустрия поразила скептиков и стала играть важную роль в международной индустрии программного обеспечения. Между 1991—1992 и 1996—1997 годами уровень продаж в индийских компаниях, занимающихся компьютерными программами, возрос на 53 % ежегодно. В 1991—1992 годах товарооборот составил 388 млн долларов. К 1996—1997 годам эта цифра достигла 1,8 трлн долларов. В 1997 году в Индии насчитывалось до 760 компаний, занимающихся программным обеспечением. В них работало 160 000 программных инженеров (третье место в мире по концентрации специалистов такого рода). Во многом этому росту способствовал экспорт товаров. В 1985 году экспорт компьютерных программ в Индии составлял менее 10 млн долларов. В 1996—1997 годах экспорт достиг 1,1 млрд долларов и, по прогнозам, должен был увеличиться до 4 млрд к 2000—2001 годам. Доказательством этого роста является поток инвестиций, поступающих в индийские компьютерные компании от иностранных инвесторов, включая такие четыре ведущие американские компании, как «Microsoft», «IBM» и «Oracle Computer Associates».

Развитие компьютерной индустрии в Индии базировалось на контрактах и проектных работах для зарубежных клиентов. Например, многие индийские компании занимаются приложениями для своих клиентов, меняют кодировку или перемещают компьютерные программы с одного инструментального комплекса на другой. Все большее число индийских компьютерных

компаний становятся задействованными в важных проектах по развитию для иностранных клиентов. Например, «TCS», самая большая индийская компьютерная компания, сотрудничает с «Ernst&Young», в результате чего «TCS» разрабатывает и осуществляет поддержку программ для мировых клиентов «Ernst&Young». «TCS» также начала сотрудничать с «Microsoft», в результате чего была создана безбумажная национальная система хранилища акций для индийской фондовой биржи. В ее основу легли операционная система MICROSOFT'S WINDOWS NT и SQL-технология базы данных сервера.

Компьютерная индустрия в Индии появилась, несмотря на бедную инфраструктуру информационных технологий. В 1997 году в Индии было лишь 1,8 млн установленных персональных компьютеров при численности населения в 1 млрд человек. При наличии 1,5 телефонных линии на 100 человек, Индия имеет один из наименьших уровней внедрения фиксированных телефонных линий в Азии, если не в мире. В 1997 году мест подключения к Интернет было

лишь 45 000 по сравнению с 30 млн в Штатах. Но продажа персональных компьютеров увеличилась. В 1998 году их было продано более 500 000. Быстрый рост мобильных телефонов в основных городах Индии до некоторой степени компенсирует нехватку фиксированных телефонных линий.

Объясняя успешное развитие компьютерной индустрии, индийские предприниматели в этой области указывают на ряд факторов. Хотя общий уровень образования в Индии низкий, средний класс чрезвычайно образованный, и ведущие образовательные институты признаются во всем мире. В Индии также всегда делался упор на инженерное образование. Другим положительным моментом с точки зрения иностранцев является то, что английский — рабочий язык для индийского среднего класса — «пережиток» со времен английского радж. Еще одним плюсом является уровень заработной платы. В Америке инженеры компьютерных программ чрезвычайно редки, поэтому базовая зарплата стала одной из самых высоких в Америке. Начинающие программисты получают 70 000 долл. в год. В Индии они получают всего 5 000 долл. в год, что по международным стандартам является ничтожно малой суммой, но высокой для жителей Индии. Зарплаты программистов растут очень быстро в Индии, так же как и производительность. В 1992 году работа одного инженера программиста выражалась суммой около 21 000 долларов. В 1996 году эта цифра достигла 45 000 долларов. Многие индийские фирмы сейчас считают, что они достигли критической массы, необходимой для реализации положительного эффекта масштаба в развитии компьютерной индустрии и для соответствия требованиям важным мировым партнерам и клиентам.

Еще одним фактором, сыгравшим на руку Индии, является то, что спутниковая коммуникация способствовала преодолению расстояния как препятствия при ведении бизнеса с иностранными клиентами. Так как программы — это не что иное, как комбинации «0» и «1», они могут передаваться со скоростью света и по незначительной цене в любую точку мира. В мире постоянных коммуникаций географическое положение Индии дало ей выигрыш в часовой зоне. Индийские компании смогли использовать международный рынок для предоставления услуг по извлечению данных из внешних источников, включая растущий рынок по отдаленной поддержке программ. Индийские инженеры могут устранить ошибку в программе, обновить системы или обработать данные вечером, пока их пользователи из западных компаний спят.

Для удержания своей конкурентоспособности индийские компьютерные компании вкладывают много денег в обучение и приобретение первоклассных навыков по программированию. Они также с энтузиазмом адаптируют международные стандарты качества, и особенно сертификат ISO 9000. Индийские компании также начинают вторжение в компьютерный бизнес, нацеливаясь на освоение внутреннего рынка. Есть мнение, что конкуренция

индийских компаний с такими фирмами, как «Microsoft», «Oracle», «PeopleSoft» и «SAP», — это всего лишь вопрос времени.

### **Вопросы:**

1. Каковы основные причины увеличения продаваемых индийскими компаниями товаров и услуг на международном рынке?
2. Какова роль правительства Индии в этом процессе?
3. Какова связь между политико-экономическими составляющими и подъемом индустрии программного обеспечения?
4. Составить карту конкурентных преимуществ предприятия - производителя программного обеспечения в Индии по сравнению с другими предприятиями третичного сектора экономики.

## **Содержательный модуль 2. Внедрение управления интеллектуальным бизнесом**

*Цель модуля: получить представление о сущности, методологических принципах и основных процедурах организации и управления интеллектуальным предприятием. Раскрыть содержание, принципиальные особенности и сферы применения основных моделей принятия решений по управлению интеллектуальным потенциалом предприятия.*

### **Тема 4. Организационное обеспечение управления интеллектуальным бизнесом.**

1. Сущность интеллектуального потенциала предприятия.
2. Структура и функции интеллектуального капитала предприятия.
3. Формирование кадрового потенциала для развития интеллектуального потенциала: методологические подходы, сравнительный анализ.

### ***Изучив материал, вы должны знать:***

- Сущность и особенности интеллектуального потенциала предприятия;
- Характеристики ключевых компетенций интеллектуального потенциала;
- Структуру интеллектуального потенциала предприятия;
- Системный подход к формированию модели управления интеллектуальной собственностью;
- Основные задачи и решения управления интеллектуальными активами;
- Методы принятия решений в сфере управления интеллектуальными активами;
- Стратегии и организационные формы управления знаниями;
- Типы организационной культуры, ориентированной на знания.

- Условия эффективного управления интеллектуальной собственностью на предприятиях.

***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Составлять и анализировать организационную структуру предприятия;
- Анализировать внутреннюю среду интеллектуального предприятия;
- Применять бизнес - симуляторы для анализа проекта реализации интеллектуального продукта;
- Организовывать методическое обеспечение управления интеллектуальной собственностью;
- Организовывать информационное обеспечения процесса управления интеллектуальной собственностью компании
- Использовать результаты научной деятельности для построения бизнеса.

### **Список литературы**

#### ***Основная***

1. Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М., Издательство «Дело» АНХ, 2009.
2. Интелектуальна власність: навч. посіб. /Г.О. Остапович, О.М. Стороженко, Г.В. Уманців, О.В. Фоміна.- К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2012.- 456с.
3. Ястремська О.О. Интеллектуальна власність: навчальний посібник /О.О. Ястремська.- Х. : Вид. ХНЕУ, 2013.- 124с.

#### ***Дополнительная***

1. Прохорова М.В., Коданина А.Л. Организация работы Интернет-магазина. — М.: Дашков и К, 2012. — 254с.
2. Прохорова М.В., Кондратьева Ю.И. Персонал, приносящий прибыль.— М. : Эксмо, 2009.— 624 с.
3. Прахалад К. К., Кришнан М. С.. Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем - М.: Альпина Паблишер, 2012. – 264 с.

### ***Тема 5 .Оценка интеллектуального потенциала предприятия***

1. Методологические проблемы и методический инструментарий оценки интеллектуального потенциала предприятия.
2. Модели оценки интеллектуальных активов, основанные на бухгалтерском доходе, ресурсах и денежном потоке.
3. Вероятностная оценка интеллектуального капитала предприятия.

***Изучив материал, вы должны знать:***

- Основные проблемы при оценки интеллектуального капитала;
- Почему нематериальные активы учитываются в бухгалтерском балансе не в полном объеме;
- Какую роль играют нефинансовые индикаторы в моделях оценки интеллектуального капитала;
- Методологические проблемы финансовой оценки нематериальных активов;
- Методики оценки интеллектуального капитала и потенциала компании;
- Стандарт SFAS 142 и его содержание;
- Какие существуют варианты учета затрат на НИОКР;
- Как называются нематериальные активы, которые не конкретизированы по отдельным статьям баланса;
- Содержание вероятностного подхода к оценке интеллектуального капитала предприятия.

***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Применять методики оценки интеллектуального капитала и потенциала компании;
- Применять стандарт SFAS 142;
- Использовать разные модели оценки нематериальных активов предприятия.

**Список литературы**

***Основная***

1. Руус Йоран, Пайк Стивен, Фернстрем Лиза. Интеллектуальный капитал. Практика управления. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – Гл. 1.
2. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. – М.: Поколение, 2007. – 13
3. Черевко Г. В. Інтелектуальна власність : [навч. посіб.] / Г. В Черевко. – К. : Знання, 2008. – 412 с.
4. Ястремська О.О. Інтелектуальна власність: навчальний посібник / О.О. Ястремська.- Х. : Вид. ХНЕУ, 2013.- 124с.

***Дополнительная***

1. Мэггс П.Б., Сергеев А.П. Интеллектуальная собственность. - М.: Юрист, 2000. - 400 с.
2. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). – PMI, 2004 г.
3. Шелобаев С.И. Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе / ЮНИТИ, М.: 2001г.
4. A Guide to the Project Management Body of Knowledge(PMBOK Guide) – PMI, 2004.



## ***Тема 6. Ценообразование в интеллектуальном бизнесе.***

1. Методологические основы определения цены и рыночное ценообразование на интеллектуальный продукт
2. Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности
3. Налогообложение операций с нематериальными активами.

### ***Изучив материал, вы должны знать:***

- Методологические основы определения цены и рыночное ценообразование на рынке интеллектуальных услуг;
- Основные компоненты цены интеллектуальных продуктов (услуг);
- Методологические проблемы ценообразования на рынке интеллектуальной собственности;
- Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности;
- Особенности ценообразования, основанного на ценности (полезности) продукта.

### ***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Определять цену интеллектуальных продуктов (услуг);
- Разрабатывать механизм коммерциализации интеллектуальной собственности;
- Формировать и рассчитывать цену контракта на интеллектуальный продукт.

## **Список литературы**

### ***Основная***

1. Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М., Издательство «Дело» АНХ, 2009.

2. Кубах А. І. Право інтелектуальної власності : [навч. посіб.] / А. І. Кубах. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 149 с.

3. Иванова Л.А., Котлик С.В., Малых С.В. Методические рекомендации по оцениванию рыночной стоимости интеллектуальной собственности /Л.А. Иванова, С.В. Котлик, С.В. Малых.- Одесса: Астропринт, 2010.- 52с.

4. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты: трансформация нематериальных активов в материальные результаты. – М.: Олимп-Бизнес, 2005.

### ***Дополнительная***

1. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 448 с.

2. Романюк О. І. Інтелектуальна власність: навч. посіб. /О.І. Романюк - Донецьк: ДонНУЕТ, 2012.- 270с.
3. Швець Г. О. Захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні: навч. посіб. /Г.О. Швець, П.В. Солошенко, С.А. Петренко – Маріуполь: Вид-во «ПДТУ», 2012.- 215с.

### **Вопросы для проверки знаний и самоподготовки (модуль 2)**

1. В чем проявляется влияние кадрового потенциала на интеллектуальный потенциал организации?
2. Как измеряется и учитывается интеллектуальный капитал на предприятиях?
3. Сравните основные методы оценки интеллектуального капитала?
4. Каковы условия роста интеллектуального потенциала организации?
5. Какие особенности в производстве интеллектуальной услуги?
6. Какие два подхода лежат в основе применения конкретных моделей и методов оценки интеллектуального капитала?
7. На какие группы можно подразделить имеющийся на сегодняшний день методический инструментарий оценки интеллектуального капитала?
8. Сущность вероятностной модели оценки интеллектуального капитала?
9. Какие конкретные методы объединяют подходы к оценке интеллектуального капитала на основе измерения ценности (стоимости) бизнеса?
10. В чем преимущества и недостатки каждого из этих методов, не позволяющие использовать его в качестве основного?
11. Что такое восстановительная стоимость активов и что означает ситуация, когда восстановительная стоимость активов предприятия, приходящаяся на одну акцию, меньше, чем рыночная стоимость акции?
12. Почему величина коэффициента Тобина больше единицы свидетельствует о формировании интеллектуального капитала?
13. Каковы основные составляющие навигатора интеллектуального капитала и логическая взаимосвязь между ними?
14. Как соотносятся между собой показатели MVA и EVA?
15. Как обобщенная модель рыночной стоимости Pike, Rylander и Roos соотносится с конкретными методами оценки интеллектуальных активов на основе измерения стоимости бизнеса?
16. Какие основные компоненты цены интеллектуальных продуктов (услуг)?
17. Какие существуют методологические проблемы ценообразования на рынке интеллектуальной собственности?
18. Сущность и структура механизма коммерциализации интеллектуальной собственности?
19. Какие существуют особенности ценообразования, основанного на ценности (полезности) продукта?

## **Подготовить сообщения – презентации на темы:**

1. Особенности применений различных методов оценки интеллектуального капитала в Украине.
2. Коэффициент Тобина: достоинства и недостатки применения на украинских предприятиях.
3. Содержание и особенности применения Стандарта SFAS 142.
4. Использование скандинавского подхода при оценке интеллектуального потенциала украинского предприятия: достоинства и недостатки.
5. Оценка на основе нефинансовых показателей. Сбалансированная система показателей.

## **Модульный контроль2.**

### **КЕЙС 2. Программное обеспечение . Стратегия роста**

#### **Проблема и общая информация.**

Global Software Group (GSG) является крупной компанией, которая продает программное обеспечение и предоставляет сопутствующие услуги. На данном этапе компания работает по четырем направлениям:

1. Стандартное программное обеспечение для рабочего стола (UDS – Universal Desktop Software).
2. Пакеты повышения производительности (PP – Productivity Pack).
3. Бизнес-инфраструктурные пакеты (BIS - Business Infrastructure Suite).
4. Пакеты бизнес-решений (BSS – Business Solutions Suite).

В недавнее время компания столкнулась с проблемой замедления роста продаж и снижения рентабельности. В других странах продажи растут нормальными темпами, в США рост продаж замедляется, а данный рынок обеспечивает треть финансовых поступлений компании. 10% показатель CAGR (среднегодовой темп роста в сложных процентах) к концу 200х года замедлился до 3%. Выручка компании в среднем за год составляет 10 млрд. долл., из которых 3,6 млрд. – рынок США.

#### **Задание 1.**

GSG обратилась в A.T.Kearney за помощью в восстановлении темпов роста на американском рынке.

*Необходимые данные.*

Основная информация о продуктовых группах.

Продуктовая группа	Доход в США (млрд. долл.)	Клиентская база	Потенциал к росту
UDS	0,477	Розничные и корпоративные клиенты	Низкий потенциал
PP	1,566		
BIS	0,145	Только корпоративные клиенты	Высокий потенциал
BSS	1,378		
Итого	3,566		

Первые две группы продуктов более развиты на рынке и приносят большую выручку, но потенциал к росту ограничен. Эти продуктовые группы не зависят от развития экономики и практически не нуждаются в продвижении на рынке. Две другие группы обеспечивают значительный рост продаж (ожидается около 80% в год на протяжении следующих трех лет). Эти продукты являются дополнениями к стандартным программным пакетам. Конкуренция на рынке данных продуктов очень высока.

**Задание 2.**

Правильно ли GSG рассматривает ситуацию на рынке? Каким образом еще можно сегментировать данный рынок?

*Необходимые данные.*

Сегментация по клиентам.

GSG всегда сегментировали рынок по продуктам, хотя есть другой вариант, который может оказаться лучше.

Текущая ситуация на рынке (200х год)

	Доход GSG (млрд.долл.)	Расходы компаний на программное обеспечение (млрд. долл.)	Расходы компаний на услуги IT (млрд. долл.)	Общие расходы компаний на IT (млрд.долл.)
Малый и средний бизнес	0,7	9,3	53,5	62,8
Крупный корпоративный бизнес	1,2	20,3	60,2	80,5

### Вероятные перспективы (200 угод)

	Расходы компаний на программное обеспечение (млрд. долл.)	Расходы компаний на услуги (млрд. долл.)	Общие расходы компаний на ИТ (млрд.долл.)	Прирост рынка к 200н году (%)
Малый и средний бизнес	20,0	92,0	112,0	78%
Крупный корпоративный бизнес	34,0	63,0	97,0	20%

Раньше GSG занимался всеми сегментами, но потом отказался от малого и среднего в пользу крупных корпораций. Конкуренция на рынке корпоративного бизнеса очень высока, особенно со стороны крупнейших производителей программного обеспечения.

#### **Задание 3.**

Есть ли способ определить, с какой отраслью малого бизнеса работать компании? Ваши рекомендации?

*Необходимые данные:*

Отрасль	Количество предприятий	Общие расходы на ИТ (млрд. долл.)
Сельское хозяйство	967	1,1
Производство	483	7,3
Телефония и интернет	69	3,3
Услуги	1538	7,6

### **Содержательный модуль 3. Управление интеллектуальным бизнесом**

*Цель модуля: сформировать представление о функциональных стратегиях развития интеллектуального предприятия; раскрыть их назначение в процесс планирования и управления на предприятии; дать характеристику основных элементов каждой из функциональных стратегий и методов ее формирования в интеллектуальном бизнесе*

#### **Тема 7. Системы управления интеллектуальным предприятием**

1. Основные этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации.

2. Функции основных подсистем по управлению интеллектуальным потенциалом организации.

3. Проблемные функциональные области в управлении интеллектуальным предприятием.

***Изучив материал, вы должны знать:***

- Этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации.;
- Показатели оценки эффективности создания и использования ИП и системы управления ИП;
- Характерные решения по управлению информацией ;
- Особенности решений, принимаемых в сфере управления информацией,
- Классификацию степени выполнения функций управления ИА традиционными подразделениями предприятия

***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Составлять и анализировать бизнес модель реализации проекта работы интеллектуального предприятия с учетом влияния возможных факторов на конкретные решения внутри бизнес модели;
- Охарактеризовывать ключевые черты интеллектуальной организации;
- Строить бизнес-модель, исходя из имеющихся ресурсов, ориентируясь на выбранные потребительские ниши;
- Выявлять и анализировать риски, а так же возможности реализации конкретных инновационных решений.
- Формировать ценностное предложение для различных потребительских сегментов осуществлять патентный поиск.

### **Список литературы**

#### ***Основная***

1. Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М., Издательство «Дело» АНХ, 2009.

2. Кірін Р.С. Інтелектуальна власність: підручник /Р.С. Кірін, В.Л. Хоменко, І.М. Коросташова.- Д. : Національний гірничий університет, 2012.- 320с.

3. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 448 с.

#### ***Дополнительная***

1. Інтелектуальна власність. Рекомендації для бізнесу.- К.: Асоціація «Бізнес проти контрафакції і піратства», 2011.- 17 с.

2. Кірін Р.С. Интеллектуальна власність: підручник /Р.С. Кірін, В.Л. Хоменко, І.М. Коросташова.- Д. : Національний гірничий університет, 2012.- 320 с.

3. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты: трансформация нематериальных активов в материальные результаты. – М.: Олимп-Бизнес, 2005.

### ***Тема 8. Финансирование развития интеллектуального бизнеса***

1. Источники и формы финансирования интеллектуального потенциала.
2. Формирование стратегии финансирования и составление карты развития предприятия.
3. Система показателей оценки эффективности финансирования интеллектуального предприятия.

#### ***Изучив материал, вы должны знать:***

- Система бюджетного финансирования инновационной деятельности;
- Организационные формы финансирования инновационной деятельности;
- Особенности функционирования бизнес-акселераторов;
- Структуру сервиса бизнес – акселераторов;
- Показатели рискованности финансирования стартапов;
- Особенности реализации модели специализированного финансирования;
- Особенности реализации краудфандинга.

#### ***Изучив материал, вы должны уметь:***

- Разрабатывать генеральную и оперативную финансовую стратегию интеллектуального предприятия;
- Принимать решения относительно финансового и ресурсного обеспечения управления предприятием;
- Определять факторы, влияющие на стратегическую гибкость предприятия;
- Рассчитывать показатели стратегической гибкости предприятия;
- Использовать методы обоснования выбора относительно финансовой и инвестиционной стратегии различных видов интеллектуального бизнеса.

## Список литературы

### *Основная*

1. Антонец В. А., Нечаева Н. В., Хомкин К. А., Шведова В. В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М., Издательство «Дело» АНХ, 2009.
2. Кірін Р. С. Інтелектуальна власність: підручник /Р.С. Кірін, В. Л. Хоменко, І.М. Коросташова.- Д. : Національний гірничий університет, 2012.- 320с.
3. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 448 с.

### *Дополнительная*

1. Руус Йоран, Пайк Стивен, Фернстрем Лиза. Интеллектуальный капитал. Практика управления. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. –Гл. 3.
2. Глэдстоун Дэвид, Глэдстоун Лаура. Инвестирование венчурного капитала. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2008. – Гл. 9-11.
3. Інтелектуальна власність. Рекомендації для бізнесу.- К.: Асоціація «Бізнес проти контрафакції і піратства», 2011.- 17с.
4. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты: трансформация нематериальных активов в материальные результаты. – М.: Олимп-Бизнес, 2005.

### **Вопросы для проверки знаний и самоподготовки (модуль 3)**

1. Каковы основные методы принятия решений по управлению интеллектуальным потенциалом организации?
2. Дайте сравнительную характеристику методов принятия решений в зависимости от сложившихся условий?
3. Дайте сравнительную характеристику методов принятия решений по содержанию и типу получаемой экспертной информации?
4. Определите основные этапы принятия решений по управлению интеллектуальным потенциалом предприятия?
5. Каковы основные элементы системы управления интеллектуальным потенциалом предприятия?
6. Перечислите основные этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации?
7. Перечислите и охарактеризуйте показатели оценки эффективности создания и использования ИП и системы управления ИП?



8. Опишите функции основных подсистем по управлению интеллектуальным потенциалом организации?
9. Какие существуют проблемные функциональные области в управлении интеллектуальным потенциалом?
10. Укажите основные источники финансирования инноваций по видам собственности?
11. Дайте характеристику бюджетного финансирования инновационной деятельности.?
12. Поясните основные принципы акционерного и проектного финансирования инноваций?
13. Опишите основные подходы инвестирования инноваций со стороны различных участников процесса. инновационной деятельности?
14. Как определяется размер премии за риск на основе анализа «среднего класса инноваций»?
15. Каков порядок получения грантовых средств финансирования инноваций?
16. Как организуется экспертиза заявок на гранты?

**Подготовить сообщения –презентации на темы:**

1. Интеллектуальный капитал и ценность компании: анализ бизнес моделей украинских предприятий.
2. Проблемы и перспективы использования краудфандинга на украинских предприятиях.
3. Влияние инвестиционной политики на развитие интеллектуального потенциала организации.
4. Анализ практики украинских бизнес –акселераторов.

**Модульный контроль3.**

**КЕЙС 2. У дураков мысли сходятся**

**Проблема**

Несмотря на поздний час, в редакции петербургского издательского дома «Дикобраз» горел свет и было на удивление шумно. «Сегодня же пятница! — вспомнил главный редактор Николай Андреев, услышав очередной раскат смеха. — Ну конечно же: антипоэтический вечер! Как я мог забыть!» В темном коридоре мерцали настенные часы: 21:30.

Традицию антипоэтических вечеров лет пятнадцать назад ввела руководитель отдела допечатной подготовки Агата Найман. С тех пор каждую последнюю пятницу месяца редакторы и корректоры издательства собирались за бутылкой-другой вина, заказывали пиццу и торжественно зачитывали особенно смешные ляпы своих авторов.

— Знаете, у меня, кажется, начинается профессиональная деформация, — жаловалась старейший корректор «Дикобраза» Анна Николаевна, когда Андреев вошел в редакторский офис. — Меня перестали смешить опечатки! Вот на днях мне попала рукопись, где после фамилии автора стояло «издевательский дом «Дикобраз». Так я сначала переправила на «издательский» и только потом поняла, что это смешно!

— Что вы, Анна Николаевна, а как же пьеса Шекспира «Укрощение стропилой»? — напомнил Андреев, открывая коньяк. — Я до сих пор ее про себя так называю. Неужели вам и это не смешно?

— А у меня на этой неделе был отличный текст: там олигарх, выпив какого-то шикарного шампанского, нырнул ни много ни мало в плевательный бассейн, — подал голос один из редакторов, работающих над серией современных детективов.

— Да уж, и у меня этот месяц был урожайным на ляпы, — перебила его Агата. — Сегодня, например: «костер замерз, и угли в нем заоченели». Бедные угольки!

И театрально откашлявшись, Агата начала зачитывать под смех собравшихся: «С поля боя доносились стоны раненых и мертвых». «Граф поцеловал ее в щеку — туда, где начинали расти волосы». Этот же автор, тремя абзацами ниже: «Вдруг раздался поцелуй». Тот же автор характеризует главного героя весьма лаконично: «В его мозгу постоянно что-то закипало».

Антипоэтический вечер продолжался еще около часа. Лучшим ляпом месяца признали фразу: «В юности гвардейцы императорского экипажа подражали тимуровцам».

Уже пора была расходиться по домам, но собравшиеся вдруг начали вспоминать, как в детстве играли в «Тимура и его команду». Никто не мог толком объяснить, чем же так хороша эта книга, но оказалось, что даже внуки корректора Анны Николаевны несколько месяцев называли себя тимуровцами и пытались помогать бездомным на улицах.

— Правда, потом вышел новый фильм про Гарри Поттера, и Тимур был окончательно забыт, — вздохнула Анна Николаевна. — Хотя родителям спокойнее стало, с Гарри Поттером-то.

Блестящая идея

В понедельник утром Андреев уже сидел в кабинете гендиректора «Дикобраза» Тимофея Воронцова и с энтузиазмом излагал идею нового проекта:

— Это будет серия книг про тайный союз ребят десяти-четырнадцати лет, которые анонимно делают хорошие дела. В каждой книге им придется

распутывать какую-нибудь новую детективную историю. Например, они могут искать родственников беспризорника, говорящего на никому не известном языке. Или вдруг обнаружат, что старушка, которой они помогают по хозяйству, попала в сети квартирных мошенников. Или... — Андреев на секунду задумался. — Или расследуют кражу в музее!

— Хорошо, но почему ты думаешь, что на это будет спрос? — с сомнением спросил Воронцов.

— Ну... Вот ты, например, о чем мечтал в детстве?

— Мое детство закончилось почти сорок лет назад, — напомнил гендиректор. — А теперь я мечтаю о хороших продажах. Так вот, с этой точки зрения идея о добрых детях-сыщиках не кажется мне стопроцентно выигрышной. Мы успешно продали мамам серию «Стерва», а бабушкам — серию «Здоровье». И самое главное, мы поняли, что мужчинам можно продавать сериями только кровавые детективы, а детям — нельзя продать ничего, кроме учебников. Не вижу нужды напоминать тебе, с чего начался «Дикобраз»...

Действительно, нужды в этом не было. Андреев прекрасно помнил, как в середине 1990-х годов пришел работать в издательство «Детское образование» — в просторечии «Детобраз». Около полугода они с редактором Агатой Найман и директором по сбыту Тимофеем Воронцовым встречались в курилке и рассуждали о том, как же абсурдно редактировать и выпускать детские книги современных авторов, которые все равно никто не покупает. Когда «Детобраз» был уже на грани банкротства, Андреев предложил издать популярную энциклопедию «Все об алкоголизме».

Пожилой директор пошел на это скрепя сердце: все-таки солидной конторе, по его мнению, не пристало выпускать такую лабуду. То ли дело сборник колыбельных песен Чукотского автономного округа в переводах петербургских поэтов! Или бессмертные произведения Макаренко!

Но энциклопедия через несколько месяцев стала бестселлером, и политика издательства переменилась: оказалось, что наскоро слепленные псевдоэнциклопедии, иронические детективы и любовные романы, написанные за пару недель безымянными выпускниками филфака под единым псевдонимом, продаются как горячие пирожки.

Изменился и процесс производства. Теперь, вместо того чтобы ждать рукописей от мастеров культуры, руководство утверждало темы и раздавало их авторам. Вместе с темами писатели — а это были, в основном, студенты и выпускники гуманитарных ВУЗов — получали список действующих лиц и кропали повести с их участием. В издательстве эти опусы подвергались редактуре. Из-за того что объем работы резко увеличился, редакторы зачастую уже не все успевали, и внимательные читатели нередко обнаруживали, что главный герой к концу книги неожиданно сменил отчество, а второстепенные герои — даже имена. Но из таких мелочей никто трагедии не делал: директор

издательства по-прежнему оставался поклонником «настоящей» литературы и продукцию «Детобраза» самолично не вычитывал.

Вскоре редактированием, а затем и всем этапом допечатной подготовки, включающим в себя обработку иллюстраций, верстку, корректуру и пр., начала руководить Агата. Затем поменялись собственники и, наконец, название: «Детобраз» с легкой руки язвительной Агаты превратился в «Дикобраза». Неизменным осталось только предубеждение старожилов против детской литературы. Его-то Андреев и решил переломить.

— Послушай, времена изменились, — заявил он Тимофею Воронцову. — Ты слишком мало знаешь о современных детях, да и остальные издатели о них ничего не знают. Эти ребята уже не смотрят телевизор, не слушают радио и не играют в «казаков-разбойников» во дворе до вечера. Вот ты когда начал курить?

— В 14 лет, — ответил Воронцов. — А что?

— А вот сейчас детей до 14 лет водят в школу и из школы няни, им нельзя одним ездить в метро и самостоятельно ходить в гости к друзьям. Когда я подумал об этом, то сразу понял, почему внуки Анны Николаевны играли в тимуровцев. Подросткам нужна свобода и возможность иметь тайну. Это фишка, которую никто кроме нас пока не просек. Вот ты лазил по чердакам?

— Ну да, — вспомнил Воронцов. — Мы там с пацанами взрывчатку пытались изготовить из селитры.

— Вот-вот. А теперь представь, что сейчас сделают с ребенком, изготавливающим взрывчатку! А ведь у детей этого века, как и у нас когда-то, огромная тяга к приключениям!

Андреев почувствовал, что Воронцов настроен уже не так скептически, и предъявил решающий аргумент:

— И вообще. Ты вспомни, как сто лет назад наш тогдашний директор отреагировал на мое предложение выпустить энциклопедию про алкоголизм! А в результате именно она нас и спасла!

В этот же день Андреев, Воронцов, Агата и коммерческий директор «Дикобраза» Дмитрий Долгов набросали примерную смету нового проекта. Книжная серия для подростков получила рабочее название «Команда юных сыщиков», ее бюджет превысил расходы на женскую серию «Стерва».

Процесс пошел

Наибольший энтузиазм серия «Команда юных сыщиков» вызвала у Агаты Найман — и это при том, что обычно она относилась ко всем редакционным замыслам одинаково спокойно, чтобы не сказать цинично. На этот раз Агата сама занялась поиском потенциальных авторов, проводила собеседования и даже участвовала в написании синопсисов — краткого содержания книг, придумывая интересные и неожиданные сюжетные повороты. Формально все это не входило в ее обязанности, но Агата отнеслась к проекту как к своему детищу.

— Наши литературные негры не могут писать для подростков, — убеждала она Андреева. — Нам нужны профессиональные авторы, которые стоят всего-то на 40—50% дороже...

Бюджет на гонорары авторов расширили.

— У всех ребят из команды сыщиков должны быть собственные лица, — доказывала Агата через полмесяца. — Их должны узнавать так же, как узнают кэрролловскую Алису на иллюстрациях Тенниела!

К работе над проектом привлекли одного из самых известных (и самых высокооплачиваемых) иллюстраторов.

На традиционном антипоэтическом вечере в конце месяца Агате нечего было сказать: она принимала такое активное участие в создании каждой книги из новой серии, что даже забывала записывать ляпы. В этом месяце победил автор монографии о бизнесе с фразой «необходимость постоянно помнить о рисках ставит вопрос избыточного финансирования инноваций под вопрос». Тимофей Воронцов про себя отметил, что выпуск деловой литературы надо будет временно приостановить, — лучше уж, преодолев сопротивление коммерческого директора, выделить побольше средств на детскую серию.

Какое совпадение!

На ежегодной книжной ярмарке было, как всегда, шумно. Андреев с удовольствием посещал эти мероприятия: книголюбы приходили сюда за новинками, знаменитые и не очень писатели представляли свои новые книги, раздавали автографы, беседовали с поклонниками и журналистами. Андрееву нравилось общаться не только с авторами книг, но и с коллегами: когда еще узнаешь, чем живут другие издатели, а заодно и дистрибуторы?

В курилке на выходе из пресс-центра, где как раз проходила вялая дуэль двух мэтров современной поэзии, Андреев вдруг увидел знакомое лицо.

— Какие люди! Кирилл! Ты-то что тут забыл? — поприветствовал он своего одноклассника, с которым последний раз виделся почти десять лет назад.

— Да вот, ушел с телевидения в ваш бизнес, — одноклассник протянул Андрееву визитку.

— Главный редактор издательства «Оленев и партнеры» Кирилл Скороходов, — прочел вслух Андреев. — Солидно!

— Да, вот только я, если честно, с трудом пока въезжаю в специфику книжного дела, — признался Скороходов. — Понимаешь, на ТВ все проще. А здесь спрос непредсказуем, да и талантливых авторов найти почти невозможно... Вот, представляешь, запускаем сейчас серию детективов для детей...

— Да ну! — делано удивился Андреев и, побледнев, начал доказывать бывшему однокласснику, что современным детям никаких детективов не продашь.

Постепенно собеседники переместились в буфет, и Андреев принялся подробно расспрашивать Скороходова о новой затее его издательства.

— Мы хотим попробовать сделать серию, где детективами будут сами дети, — увлеченно рассказывал Скороходов. — Они будут дружить с участковыми, помогать милиции искать преступников и все такое. Чтобы там были настоящие приключения!

— Дружище, забудь, — Андреев положил руку на плечо Скороходова и попытался изобразить искреннее сочувствие. — Есть еще одна причина, по которой этот проект не пойдет.

— Да? Какая же? — заинтересовался новоявленный конкурент.

— М-м-м... Давай я тебе попозже объясню, в чем дело. Встретимся на недельке, спокойно все обговорим...

В издательство Андреев приехал в смятенных чувствах. Не успел он войти в редакцию, как на него налетела Агата и увлекла за собой в курилку.

— У меня нехорошее предчувствие, — призналась она. — Я на днях попросила нашего московского автора переделать синопсис. Сегодня по телефону этот обиженный талант заявил мне, что не позволит некому вмешиваться в его авторский замысел и уж лучше он переделает свой труд для... «Оленева и партнеров»! Кажется, они запускают точно такую же серию!

— Да, запускают, — мрачно подтвердил Андреев. — Мне вчера об этом рассказал их новый главред.

— Как же нам быть?! — в ужасе спросила Агата.

Встреча в верхах

Через день генеральный директор «Дикобраза» решил навестить гендиректора «Оленева и партнеров» Олега Пономарева.

— И что делать будем? — мрачно спросил Пономарев, выслушав Тимофея Воронцова.

— У меня в этот проект вложено столько денег, что отказываться от него уже нет смысла, — признался Воронцов.

— А у меня, думаешь, меньше?

Воронцов неопределенно развел руками.

— Давно себя так по-дурацки не чувствовал, — продолжил Пономарев. — А что ты думаешь насчет утечки информации?

— Ой, ну какая утечка, о чем ты?! Все издательства подписывают договора, в которых четко прописаны все случаи.

— Кстати, а откуда у вас вообще эта идея?

— Да случайно появилась. Внуки корректора зачитались «Тимуром и его командой», а потом Андреев взял в оборот эту фишку. А вот у вас она откуда?

— Ты на что намекаешь? — нахмурился Пономарев.

Несколько минут бизнесмены в гнетущей тишине пристально разглядывали друг друга. В конце концов Пономарев махнул рукой.

— Ладно, будем считать, что у дураков мысли сходятся, — заключил он. — Теперь давай к делу. Мы от серии отказываться не будем. Концепцию менять тоже. Сроки выхода у нас, естественно, совпадают: к летней книжной

ярмарке. Так что все, что я могу тебе предложить, — это заранее минимизировать убытки. Как — не мое дело.

«Ну что ж, зато теперь я хотя бы знаю об их намерениях», — подумал Воронцов, покидая офис конкурента. Гендиректор «Дикобраза» давно взял привычку отыскивать что-нибудь хорошее в самых гиблых ситуациях.

Поиски выхода

Внеплановое совещание руководители «Дикобраза» решили провести не в офисе, а в соседнем ресторанчике.

— Ой, а у нас сегодня детский день, — встретил их растерянный менеджер зала. — Вам же это не помешает?

Пономарев, Андреев, Агата и Долгов в один голос заверили, что, напротив, только поможет.

— Надо же, — удивился Долгов, глядя на то, как дети посетителей играют с клоуном. — Не ожидал, что на детей сейчас обращают так много внимания.

Все заказали по кофе, и Воронцов начал излагать свои соображения:

— Я считаю, что мы все сделали в этом деле по одной большой ошибке, — начал он. — Ты, Агата, с головой ушла в «Команду юных сыщиков» и подзабросила остальные проекты. К тому же все уши нам прожужжала о том, как много денег тебе нужно на эту серию. Ты, Андреев, подбил всех на этот рискованный проект. Ну, запустили бы мы параллельно с кем-нибудь серию женских романов — ничего страшного бы не произошло. А вот два одинаковых проекта в одной полупустой нише — это потеря денег Твоя ошибка, Долгов, в том, что ты вообще вовремя не отговорил меня от этой затеи.

Топ-менеджеры издательства смотрели в пол, как школьники в кабинете директора.

— В общем, «Оленев и партнеры» благодаря своим волшебным акционерам — которых у нас, прошу заметить, нет, — хорошо вложатся в рекламу: в метро, в газетах и журналах, в наружку. Тут мы им не конкуренты. Поэтому все, что сможет сделать «Дикобраз», — это сократить уже сейчас издержки на эту злополучную книжную серию. Готов выслушать ваши предложения, — Воронцов устроился поудобнее в кресле и отхлебнул кофе.

— Срезаем бюджет на рекламу, — предложил Долгов.

— Это раз, — согласно кивнул Воронцов.

— Делаем мягкую обложку, меняем типографию...

— Так, — согласился Воронцов. — Что дальше?

— Дальше у нас гонорары авторов и художников, — подавленно констатировал Андреев.

— Это ты юристам нашим скажи, какая тут получится экономия, — усмехнулась Агата и зажгла сигарету.

К столику тут же подошли два клоуна.

— Извините, у нас сегодня детский день и курить запрещено, — строго произнес один из них.

Агата погасила сигарету о блюдце, поскольку пепельницы рядом не оказалось, и заметила:

— Впервые в жизни мне делает замечание человек с накладными ушами.

— А что по существу скажешь? — поинтересовался Воронцов.

— Что, если уж мы все равно попали в передрагу, можно расслабиться и покуражиться, — ответила Агата. — Например, пока есть возможность, переориентировать наш проект на телесериал! Или договориться с компанией «1-В» и сделать компьютерную игру!

— Впервые в жизни меня учит бизнесу специалист по допечатной подготовке, — ехидно заметил Воронцов.

— Или выпустить на основе уже имеющихся иллюстраций серию комиксов про наших героев, — продолжала Агата, не обращая внимания на слова начальника.

— Да, в конце концов, мы можем сделать сайт с подробным описанием методов работы юных сыщиков и парой несложных он-лайн-игрушек!

— И потратить на это еще несколько десятков тысяч долларов, — подытожил коммерческий директор.

— Да хоть бы и так! — Агата все больше входила в раж. — Просто в этом случае у нас появится хоть какой-то шанс выиграть!

— Или продуть все деньги, как карточные игроки, — продолжил Долгов. — Не обижайся, пожалуйста, но ты говоришь как человек, который живет на оклад и бонусы и не распоряжается деньгами компании.

— А я вот предлагаю поступить с точностью до наоборот, — осторожно предложил Андреев. — То есть не сокращать расходы на маркетинг и рекламу, а, напротив, увеличить их.

— Господи, ну какие же вы все зануды! — отозвалась на это Агата. — Если уж тратить деньги на рекламу, то хотя бы делать это не так, как «Оленев и партнеры»! Их по бюджету мы все равно не переплюнем. Тогда нужно раскручиваться не через газеты и телевидение, а через интернет!

— Это и дешевле бы вышло, — прикинул Долгов.

— И рисков побольше будет, — в тон ему продолжил Воронцов и подытожил: — Да уж, задачка не из простых...

### **Задание**

1. Составить карту конкурентных преимуществ, карту потребителя и на основе результатов анализа выбрать направления развития предприятия.
2. Разработать карту развития предприятия.
3. С помощью метода экспертных оценок, провести анализ альтернатив развития предприятия.



## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины «Интеллектуальный бизнес» используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистрантов для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	Семинар	СРС
Дискуссия	х	х	х
Командная работа		х	х
Игра		х	
Опережающая СРС		х	х
Индивидуальное обучение			х
Проблемное обучение	х	х	х
Поисковый метод		х	х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекциях с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Интернет -ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении семинаров, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

### **Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)**

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе магистрантов с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по заданной проблеме и выбранной теме магистерской диссертации,
- выполнении домашних заданий,
- переводе материалов из тематических информационных ресурсов с иностранных языков,
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку,
- изучении теоретического материала к семинарским занятиям,
- подготовке к экзамену.

**Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа(ТСР)** направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала магистрантов и заключается в:

- поиске, анализе, структурировании и презентации информации,
- анализе научных публикаций по определенной теме исследований,
- исследовательской работе и участии в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах,

**Перечень научных проблем и направлений научных исследований представлены в рамках модульного контроля.**

**Средства текущей и итоговой оценки качества освоения дисциплины (фонд оценочных средств)**

Оценка успеваемости магистрантов осуществляется по результатам:

- устной презентации работы по исследуемой тематике,
- анализа подготовленных магистрантами рефератов,
- взаимного рецензирования магистрантами работ друг друга,
- устного опроса на семинарах, при сдаче выполненных заданий и во время экзамена (для выявления знания и понимания теоретического материала дисциплины).

## ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ ПО КУРСУ

1. Генезис интеллектуального бизнеса. Сущность интеллектуального бизнеса.
2. Признаки и классификация интеллектуальной услуги.
3. Формирование интеллектуального потенциала бизнеса.
4. Особенности производства интеллектуальных услуг.
5. Особенности сопроизводства интеллектуальных услуг потребителем.
6. Признаки ассиметрии информации в секторе интеллектуальных услуг.
7. Методы и способы защиты интеллектуальной собственности лежащей в основе интеллектуального бизнеса.
8. Классификацию интеллектуальных предприятий.
9. Модели продуктового цикла интеллектуального бизнеса.
10. Фазы жизненного цикла интеллектуального предприятия.
11. Особенности реализации модели обратного жизненного цикла.
12. Показатели динамики развития интеллектуальных предприятий.
13. Особенности реализации различных форм аутсорсингового сотрудничества.
14. Сущность интеллектуального капитала. Структура интеллектуального капитала.
16. Нематериальные активы и интеллектуальная собственность.
17. Основные элементы инфраструктуры интеллектуального предприятия.
18. Основные тенденции развития консалтинга. Виды и стили консалтинга.
19. Стадии консалтингового процесса.
20. Особенности ценообразования интеллектуального продукта. Структура издержек интеллектуального продукта.
21. Методы принятия решений в сфере управления интеллектуальных активов.
22. Стратегии и организационные формы управления знаниями.
23. Типы организационной культуры, ориентированной на знания.
24. Методы оценки интеллектуального капитала. Коэффициент Тобина.
25. Оценка на основе нефинансовых показателей. Сбалансированная система показателей.
26. Методологические проблемы финансовой оценки нематериальных активов.
27. Стандарт SFAS 142 и его содержание.
28. Содержание вероятностного подхода к оценке интеллектуального капитала предприятия.
29. Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности
30. Налогообложение операций с нематериальными активами.
31. Методологические основы определения цены и рыночное ценообразование на рынке интеллектуальных услуг;

32. Основные компоненты цены интеллектуальных продуктов (услуг).
33. Методологические проблемы ценообразования на рынке интеллектуальной собственности.
34. Механизм коммерциализации интеллектуальной собственности.
35. Особенности ценообразования, основанного на ценности (полезности) продукта.
36. Этапы создания системы управления интеллектуальным потенциалом организации.
37. Показатели оценки эффективности создания и использования ИП и системы управления ИП.
38. Характерные решения по управлению информацией.
39. Особенности решений, принимаемых в сфере управления информацией.
40. Классификацию степени выполнения функций управления ИА традиционными подразделениями предприятия.
41. Система бюджетного финансирования инновационной деятельности.
42. Организационные формы финансирования инновационной деятельности.
43. Особенности функционирования бизнес-акселераторов.
44. Структуру сервиса бизнес – акселераторов.
45. Показатели рискованности финансирования стартапов.
46. Особенности реализации модели специализированного финансирования.
47. Особенности реализации краудфандинга.
48. Инвестиции в интеллектуальный капитал.
49. Инвестиции в человеческий капитал.
50. Факторы конкурентоспособности, основанные на интеллектуальном капитале.
51. Стратегии и организационные формы управления знаниями.
52. Отделы управления знаниями. Сетевые организации.
53. Оболочечные организации. Стратегические альянсы.
54. Сообщества профессионалов. Автономные команды.
55. Организационная культура, ориентированная на знания. Обучающаяся организация.
56. Виды и функции информационных технологий.
57. Системы планирования ресурсов (ERP).
58. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).
59. Системы информационной поддержки аналитической деятельности.
60. Системы внутрифирменной коммуникации.
  61. Коммуникация и коммуникационный менеджмент.
  62. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
  63. Маркетинг отношений.
  64. Брендинг.

65. Латеральный маркетинг.
66. Репутационный менеджмент.
67. Рыночный подход к интеллектуальной собственности. Особенности метода, область применения.
68. Доходный подход к оценке интеллектуальной собственности. Область применения, особенности.
69. Определение цены лицензии. Методы оценки, особенности расчета роялти.
70. Управление интеллектуальной собственностью компании .
71. Современное состояние управления интеллектуальной собственностью компании.
72. Формирование и использование интеллектуальных активов в условиях конкуренции.
73. Ключевые аспекты реализации инновационной стратегии. проектами. Метод освоенного объема.
74. Источники финансирования инновационной деятельности. Методы финансирования инновационных проектов.
75. Предпосылки создания системы управления интеллектуальной собственностью компании.
76. Функционально-структурное представление системы управления интеллектуальной собственностью компании .
77. Организация управления интеллектуальной собственностью компании.
78. Организационное обеспечение системы управления интеллектуальной собственностью компании.
79. Организация информационного обеспечения процесса управления интеллектуальной собственностью компании.
80. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности.
81. Оценка эффективности управления интеллектуальной собственностью компании.
82. Показатели рискованности инвестирования в интеллектуальный продукт.
83. Использование скандинавского подхода при оценке интеллектуального потенциала украинского предприятия: достоинства и недостатки.
84. Оценка на основе нефинансовых показателей. Сбалансированная система показателей.
85. Оценка эффективности финансирования интеллектуального предприятия.
86. Модель Л. Гарикано организационной структуры интеллектуальной фирмы.
87. Модель модель Абернаси-Аттербек.
88. Фазы развития нового класса продуктов.
89. Модель модель Барраса.

90. Технологический аудит как метод оценки состояния и перспектив организации.
91. Особенности стратегий «конкурирования на острие».
92. Инструменты диагностики в системе корпоративных знаний.
93. Инструменты диагностики информационного аудита.
94. Составление карт знаний.
95. Стратегические возможности развития технологий различных квадрантов матрицы технологического портфеля организаций.
96. Выработка стратегического направления развития интеллектуального предприятия.
97. Опасности хаоса или бюрократической жесткости на интеллектуальном предприятии.
98. Организация скоординированных действий по реализации стратегий развития интеллектуального предприятия.
99. Определение ритма стратегических шагов.
100. Показатели инновационной динамики интеллектуального предприятия.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

### Основная

1. Аврамова О.Є., Васильєва Н.Г., Перевалова Л.В. Правові засади інтелектуальної власності в Україні: навчальний посібник / О.Є. Аврамова, Н.Г. Васильєва, Л.В. Перевалова.- Х: НТУ «ХПІ», 2012.- 76с.
2. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2008. – 431 с.
3. Інтелектуальна власність: навч.посіб. /Г.О. Остапович, О.М. Стороженко, Г.В. Уманців, О.В. Фоміна.- К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2012.- 456с.
4. Иванова Л.А., Котлик С.В., Малых С.В. Методические рекомендации по оцениванию рыночной стоимости интеллектуальной собственности /Л.А. Иванова, С.В. Котлик, С.В. Малых.- Одесса: Астропринт, 2010.- 52с.
5. Інтелектуальна власність та захист економічної конкуренції: міжнародні аспекти/ Уклад. І.А. Шуміло - Х.:2010.- 172с.
6. Інтелектуальна власність. Рекомендації для бізнесу.- К.: Асоціація «Бізнес проти контрафакції і піратства», 2011.- 17с.
7. Кірін Р.С. Інтелектуальна власність: підручник /Р.С. Кірін, В.Л. Хоменко, І.М. Коросташова.- Д. : Національний гірничий університет, 2012.- 320с.
8. Поліщук В.С. Основи інтелектуальної власності: навчальний посібник. /В.С. Поліщук, С.В. Пірожак.- Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський нац. ун-т. імені Івана Огієнка, 2011.- 148с.
9. Романюк О.І. Інтелектуальна власність: навч. посіб. /О.І. Романюк - Донецьк: ДонНУЕТ, 2012.- 270с.
10. Швець Г.О. Захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні: навч. посіб. /Г.О. Швець, П.В. Солошенко, С.А. Петренко – Маріуполь: Вид-во «ПДТУ», 2012.- 215с.
11. Ястремська О.О. Інтелектуальна власність: навчальний посібник /О.О. Ястремська.- Х. : Вид. ХНЕУ, 2013.- 124с.

### Дополнительная

1. Стив Бланк, Боб Дорф. Стартап. Настольная книга основателя. - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 614 с
2. Тим Браун. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 256 с.
3. Кубах А. І. Право інтелектуальної власності : [навч. посіб.] / А. І. Кубах. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 149 с.
4. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 448 с.
5. Право інтелектуальної власності: академ. курс : [підручник для студентів вищ. навч. закладів] / [О. А. Підпригора, О. Б. Бутнк-Сіверський, В. С.

- Дроб'язко та ін.] ; за ред. О. А. Підпригори, [2-ге вид., переробл. та допов.]. – К. : Концерн „Видавничий Дім «ІН Юре», 2004. – 672 с.
- 6.. Закон України «Про авторське право і суміжні права» : закон України від 23.12.93 // Відомості Верховної Ради України. – 1994.- № 13. – Ст.64.
7. Закон України Про охорону прав на промислові зразки: від 23.12.93 N 3770-XII (3770-12 ) // Відомості Верховної Ради України – 1994. – № 7. – Ст. 34.
8. Закон України «Про охорону прав на сорти рослин» від 21.04.93 N 3117-XII (3117-12). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua).
9. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.96 N 237/96-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
10. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 20.11.2012 N 5492-VI (5492-17). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http :// zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
11. Наказ МОН України «Про затвердження Правил складання та подання заявки на промисловий зразок»№ 110 від 18.02.2002 р. [Електронний ресурс] : наказ МОН України № 110 від 18.02.2002 р. – Режим доступу : [http: // zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0226-02. 15](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0226-02.15)
12. Наказ МОН України «Про затвердження Правил складання та подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг» № 110 від 18.02.2002 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http: // zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0811-11](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0811-11).
13. Річний звіт 2013 департаменту інтелектуальної власності : офіційне видання департаменту інтелектуальної власності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www.sdip.gov.ua](http://www.sdip.gov.ua)
14. Черевко Г. В. Інтелектуальна власність : [навч. посіб.] / Г. В Черевко. – К. : Знання, 2008. – 412 с.
15. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка : [підручник] / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко . – К. : Знання, 2010. – 687 с.



## СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

**Авторское право** – часть гражданского права, регулирующая отношения, которые складываются в связи с использованием произведений науки, литературы и искусства.

**Аудит знаний** – систематический анализ элементов информации и знаний и их основных атрибутов, таких как владелец, носитель, использование и достаточность для выполнения действий. В процессе аудита информация и знания сопоставляются с соответствующими запросами потребителей информации. Аудит знаний осуществляется с помощью построения диаграммы карт знаний.

**Аутстаффинг** — это способ управления персоналом, предполагающий оказание услуг в форме предоставления в распоряжение заказчика определенного количества работников, не вступающих с ним в какие-либо правовые отношения (гражданско-правовые, трудовые) напрямую, но оказывающих от имени исполнителя определенные услуги (работы) по месту нахождения заказчика. Аутстаффинг возник в западных странах в 1970-е годы во время экономического спада.

**Аутсорсинг** — это передача ранее самостоятельно реализуемых компанией функций внешней компании-исполнителю, специализирующейся на реализации таких функций (например, услуги колл-центров, компаний, занимающихся уборкой зданий, юридических и бухгалтерских компаний, компаний по приготовлению и доставке обедов в офис и т. д.). Позволяет использовать опыт профессионалов, сократить риски и снизить затраты, увеличивая отдачу вложенных средств.

**Аутсорсинг совместных предприятий** - аутсорсинг совместного предприятия подразумевает создание новой компании для использования будущих деловых возможностей. Персонал и активы клиента будут затем переданы этому совместному предприятию, а не поставщику услуг. Целью будет не только повышение качества работы переведенного подразделения, но, что еще важнее, разработка товаров и услуг, которые могут быть проданы третьей стороне. Затем заказчик и поставщик услуг разделят прибыль, заработанную новой компанией. Таким образом, поставщик услуг сможет полностью использовать свои возможности по созданию систем, а клиент разделит с ним расходы на разработку нового программного обеспечения. Совместное предприятие получает преимущества, пользуясь специализированными знаниями клиента о своем рынке. Некоторые товары и услуги совместного предприятия будут разработаны с использованием возможностей, возникших благодаря заключению соглашений по полному аутсорсингу.

**Акционерное финансирование интеллектуального капитала** – финансирование, подразумевающее финансирование нематериальных активов за счет расширения собственного капитала и превращение инвестора в

совладельца предприятия. Первоначальный английский термин – equity finance – шире и относится к финансированию предприятия любой организационно-правовой формы на основе инвестиций в собственный капитал.

**База знаний** - семантическая модель, описывающая предметную область и позволяющая отвечать на такие вопросы из этой предметной области, ответы на которые в явном виде не присутствуют в базе. База знаний является основным компонентом систем искусственного и экспертных.

**Базовая инновация** – это нововведение, основанное на оригинальной идее (знании), которая может стать основным интеллектуальным ресурсом для стартапа, с помощью которой она сможет либо «отодвинуть» конкурентов на уже существующих рынках продукции (услуг), либо создать собственный рынок (предложить совершенно новый продукт или услугу).

**Бизнес - ангел** - преимущественно частный инвестор, вкладывающие собственные средства в проект с целью роста личного благосостояния, имеющий ограниченные инвестиционные возможности, использующий упрощенные процедура отбора и неформальные процедуры мониторинга и контроля проектов.

**Бизнес-дизайн** – это творческий процесс, целью которого является определение основных составляющих бизнеса будущего стартапа. Выделяют следующие девять элементов в бизнес-дизайне: это выявление ключевых ресурсов, ключевые потребителей, их ценностей, ключевых продуктов (видов деятельности), методов продвижения продуктов для выбранных потребителей и методов их удержания, а также ключевых партнеров, источников доходов и структуры расходов (издержек).

**Бизнес-план** – документ, содержащий в структурированном виде технико - экономическую, финансовую и организационную информацию об инвестиционном или инновационном проекте, необходимую и достаточную для принятия решения о реализации проекта.

**Бизнес-модель** - упрощенное представление реального объекта (бизнес-системы), отражающее некоторые аспекты знаний о бизнесе и дающее правильные ответы на вопросы, признанные существенными для управления.

**Бизнес-процесс** - это упорядоченная во времени и пространстве совокупность взаимосвязанных работ, направленных на получение определенного результата с указанием начала и конца, а также точным определением входов и выходов.

**Венчурное финансирование** – практика финансирования новых предприятий, отличающаяся более высоким риском и, как правило, основанная на комбинировании акционерного и кредитного финансирования.

**Венчурный капитал** – капитал, идущий на финансирование высокорисковых инвестиций. Часто этим термином называют капитал, вкладываемый в рискованные проекты в рамках венчурного финансирования, однако на практике его трактовка значительно шире, включая любые фонды денежных средств, которые готовы вкладывать при повышенном риске.

**Веха** - событие или дата в ходе осуществления проекта, используется для отображения состояния завершенности тех или иных работ. В контексте проекта менеджеры используют вехи для того, чтобы обозначить важные промежуточные результаты, которые должны быть достигнуты в процессе реализации проекта.

**Видение** - перспективная идея (картина) для долгосрочной ориентации всех сотрудников предприятия.

**Временной резерв или запас времени** - это разность между самым ранним возможным сроком завершения работы и самым поздним допустимым временем ее выполнения

**Генератор идей** – особый тип новатора, характерными чертам которого являются способность вырабатывать в короткие сроки большое число оригинальных предложений, изменять область деятельности и предмет исследования, стремление к решению сложных проблем, независимость в суждениях. «Генераторами идей» могут быть не только ведущие ученые и специалисты, но и инженеры, квалифицированные рабочие, специалисты функциональных служб.

**Глубинные знания** - знания, отражающие структуру и природу существующих отношений и процессов, протекающих в предметной области. Эти знания могут использоваться для прогнозирования поведения объектов.

**Данные** – это полученные эмпирическим путем и зафиксированные факты, дискретно описывающих ситуацию/проблему/объект вне контекста, т.е. характеризующие отдельные свойства объектов, процессов или явлений. Следует отличать от информации и знаний.

**Декларативные (предметные) знания** - знания о свойствах и фактах предметной области. Декларативные знания противопоставляются процедурным (организационным) знаниям.

**Декомпозиция целей** - декомпозиция этапов проекта на более мелкие и более управляемые компоненты для обеспечения более действенного контроля, составление перечня операций, из которых состоит выполнение различных этапов проекта.

**Диаграмма Гантта** - горизонтальная линейная диаграмма, на которой задачи проекта представляются протяженными во времени отрезками, характеризующимися датами начала и окончания, задержками и возможно другими временными параметрами.

**Диверсификация спроса** - усложнение структуры спроса на товар или услугу за счет учета дополнительных потребительских свойств. Диверсификация спроса в широком смысле слова означает стремление потребителя к качественно новому образу жизни, а следовательно, и к качественно новому уровню потребления. Диверсифицированный спрос доминирует в четвертичном секторе, все шире завоевывает позиции на рынках третичного сектора, в меньшей степени вторичного и первичного. Распространенность данного явления побуждает исследователей говорить о наступлении экономики

потребления, или экономики спроса, которая противопоставляется экономике предложения (экономике массового спроса)

**Диффузия, или процесс распространения инноваций** – механизм равновесного распространения новшеств и нововведений в деловых циклах научно-технической, производственной и организационно-экономической деятельности, включая и сферу оказания услуг. В конечном счете, диффузные процессы дают возможность занять доминирующее положение новому технологическому укладу в общественном производстве.

**Доля в акционерном капитале партнера** - некоторые взаимосвязи, возникающие в результате аутсорсинга, усиливаются тем, что клиент или поставщик получает долю в акционерном капитале своего партнера. Если поставщик идет на такой шаг, его можно рассматривать, как демонстрацию намерений действовать в интересах своего клиента. С другой стороны, если клиент получает долю в акционерном капитале поставщика, это часто служит средством обеспечения безопасности.

**Жизненный цикл инновации** – последовательный состав стадий преобразования инноваций по цепочке от исследований до потребления и сервисной поддержки. 1. Исследования (научная идея, прикладное исследование и макет). 2. Разработки - конструкторско-технологические решения и опытный образец. 3. Промышленное производство (производственные решения и серийные образцы). 4. Маркетинговые решения (с помощью обратной связи, воздействующие на три предыдущих стадии). 5. Логистика информационных и материально-вещественных потоков. 6. Диффузия инноваций (рыночное распространение). 7. Рутинизация инноваций у потребителей (этапы: приобретение; освоение; подготовка к потреблению (адаптация); включение в технологию своего делового процесса и повышение технологического уровня; включение в культуру своей организации и повышение своей компетенции; получение выгоды). 8. Сервисная поддержка

**Жизненный цикл товара** – процесс развития продаж товара и получения выручки. ЖЦ товара включает пять стадий: 1) введение (внедрение) на рынок; 2) ускоренный рост рынка; 3) замедленный рост рынка; 4) зрелость и насыщение рынка – (Первая фаза – зрелость, Вторая фаза – насыщение); 5) спад – (Первая фаза – стагнация. Вторая фаза – обвал).

**3F** — friends, family and fools (друзья, семья и дураки, или «наивные», как предпочитают переводить сами инвесторы).

**Иерархическая структура разбиения (декомпозиции) работ (WBS – Work Breakdown Structure)** – иерархическая структура последовательной декомпозиции проекта на подпроекты, пакеты работ различного уровня, пакеты детальных работ. WBS позволяет решать проблемы организации работ, распределения ответственности, оценки стоимости, создания системы отчетности, эффективно поддерживать процедуры сбора информации о выполнении работ и позволяет строить графики работ, стоимости, ресурсов и дат завершения.

**Извлечение знаний** – процесс получения знаний из его источников, которыми могут быть материальные носители (файлы, документы, книги) и эксперты (группы экспертов).

**Инвестирование в интеллектуальный капитал** (инвестирование от латинского investio – одеваю, облачаю) – 1. Вложение средств в создание, расширение, реконструкцию, реорганизацию предприятий; 2. Вложение средств в расширение и преобразование основного капитала предприятия; 3. Вложение средств в ценные бумаги (чаще долгосрочные); 4. Вложение средств экономическими субъектами, стремящимися избежать риска. Инвестирование в интеллектуальный капитал соответствует первому пониманию этого слова применительно к вложению средств в нематериальные активы.

**Интеллектуальные ресурсы** – результаты предшествующей инновационной деятельности, еще не воплощенные в элементах производственных ресурсов, которые выступают условием, средством или предметом будущей инновационной деятельности. Как правило, это нематериальные ресурсы, но могут иметь материальный носитель. Например, патенты, лицензии, регламенты процедур, опытные образцы, макеты.

**Инновационные знания** – уникальные знания, которые обеспечивают конкурентное преимущество в рассматриваемой деятельности. Они позволяют изменять «правила игры».

**Интеллектуальные активы (ИА)** – вид интеллектуальных ресурсов, которые организации удалось определить, описать и занести в определенный реестр. Примерами ИА являются: программное обеспечение, разработанные и формализованные в компании бизнес процессы и методология, зафиксированные договоренности с покупателями и поставщиками, оформленные в виде контрактов, базы и массивы данных, отчеты и описания, а также патенты, торговые марки, авторские права, торговые секреты. ИА можно назвать «явным» интеллектуальным капиталом.

**Инновационный проект** – проект создания конкретного нововведения. Полный инновационный проект включает НИР, ОКР, освоение новшества, развертывание его выпуска, послепродажное обслуживание.

**Инновационная фирма** – экономическая единица любой организационно-правовой формы, научно-технический потенциал которой составляет значительную долю ее экономического потенциала, а затраты на НИОКР – весомую долю ее объема продаж (например, если ориентироваться на показатель, принятый в Японии – 3%).

**Институциональное устройство (механизм)**, от английского термина institution – установление – форма реализации хозяйственной деятельности с учетом экономических, организационных и юридических факторов.

**Интеллектуальный капитал (ИК)** – все интеллектуальные ресурсы (собственные и «заемные»), из которых организации извлекают стоимость. ИК может быть разделен на человеческий капитал, капитал отношений с заинтересованными сторонами и организационный капитал.

**Интеллектуальная собственность** – юридически оформленные интеллектуальные активы, такие как патенты, торговые марки, авторские права.

**Информация** - данные, подвергшиеся преобразованию в части выделения контекста описания. Это структурированное описание ситуации. Следует отличать от данных и знаний. (Хотя в некоторых подходах информация является родовым понятием для данных и знаний, которые отличаются разной степенью структуризации и осмысленности содержащейся в них информации).

**Информационная система** - организационно упорядоченная совокупность документов (массивов документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы.

**Информационная экономика** - экономика, в которой большая часть ВВП обеспечивается деятельностью по производству, обработке, хранению и распространению информации и знаний, и больше половины занятых участвует в этой деятельности.

**Инженер по знаниям** - специалист по искусственному интеллекту, проектирующий и создающий экспертную систему или другую информационную систему, базирующуюся на знаниях. Обычно инженер по знаниям выступает в роли посредника между экспертом и базой знаний.

**Инженерия знаний** – совокупность процессов и методов направленных на извлечение, структурирование и формализацию знаний. Результатом процесса инженерии знаний являются явные знания.

**Искусственный бизнес-интеллект** – совокупность интеллектуальных информационных технологий анализа (Data mining, нейронные сети -artificial neural networks) и представления данных (Корпоративный портал знаний), а также моделирования систем (System dynamics, эволюционное моделирование) с целью применения их результатов для решения производственных, организационных и социально-экономических задач.

**Искусственный интеллект** – набор компьютерных техник, который позволяет компьютеру работать с долей человеческого интеллекта. В отличие от процедурного выполнения программ, действия компьютера осуществляются в соответствии с собственными выводами.

**Каталог компетенций** – карта, устанавливающая связь между сотрудниками организации и их компетенциями, которая позволяет пользователю находить людей имеющих требуемые знания, навыки и умения.

**Капитал отношений с заинтересованными сторонами** – отражение прочности связей организации с заинтересованными сторонами, которые оказывают наибольшее воздействие на создание стоимости в компании. В большинстве случаев может быть выражен капиталом клиента. Является частью интеллектуального капитала организации.

**Капитал отношений с клиентами** – определяется лояльностью и удовлетворенностью клиентов, а также теснотой и прочностью связей с

клиентом. Является частью капитала отношений с заинтересованными сторонами.

**Карта знаний** – карта, отражающая распределение элементов знаний между различными объектами организации, такими как организационная единица, функция, процесс, местонахождение и т. п. Дополнительно на карте может устанавливаться степень покрытия элементом знаний соответствующей потребности. Создание и поддержание карты знания являются основными задачами аудита знаний.

**Карта стратегий** – система критических факторов успеха, объединенных причинно-следственными связями. Используется для создания Сбалансированной системы показателей.

**Классификатор** - иерархический список (древовидная модель) выделенных объектов управления (организационных звеньев, функций, материальных ресурсов, баз и хранилищ данных, документов и т.п.), которым могут быть приписаны различные атрибуты: тип, значения, комментариев и т.п. Элементы нижнего уровня классификатора являются детализацией элементов верхнего уровня.

**Кодификация** - подход к управлению знаниями, при котором наибольшее внимание уделяется сохранению формализованных знаний и обмену ими. Данный подход опирается на активное использование информационных технологий.

**Компетенция** — способность достигать результат в деятельности, основанная на личностных особенностях, знаниях, умениях, навыках, проявляемая в поведении. Наличие дипломов, сертификатов, удостоверений, уровень образования не являются компетенциями. Данные документы или информация позволяют предполагать, что человек, который получил диплом, сертификат, закончил обучение в учебном заведении, скорее всего, будет обладать определённым набором компетенций.

**Компетенции личностные** — компетенции, которые связаны с индивидуальной эффективностью, проявляются в личном и профессиональном общении, отношении (установках) человека к тому, что он делает.

**Компетенции профессиональные** — компетенции, которые связаны с эффективной работой, проявляются в трудовой деятельности через профессиональные знания, умения, навыки.

**Контент-анализ** - анализ содержания документов, который нацелен на измерение ряда качественных и количественных характеристик текста и на анализ зависимостей между ними.

**Коренные знания** – минимальные знания, которыми обладают все участники рассматриваемой области деятельности (барьер для входа в область). Они обеспечивают «участие в игре».

**Корпоративная память** - центральное знание о прошлом компании, включая историю проектов, важные решения и их обоснования, ключевые документы и знания об отношениях с покупателями. Обращение к корпоративной памяти

позволяет избежать «изобретение колеса» и повторения ошибок. Реализуется как хранилище больших объемов данных, информации и знаний из различных источников предприятия.

**Корпоративный портал знаний** – система, которая объединяет все имеющиеся у организации информационные ресурсы (приложения, базы и хранилища данных, аналитические системы и пр.) и, используя web-интерфейс, предоставляет пользователям единый защищенный доступ к корпоративной и внешней информации. Реализуется созданием Интранета.

**Краудсорсинг** — передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий.

**Краудстаффинг** — технология в области управления персоналом, в рамках которой компания нанимает на работу лояльных бренду клиентов, часто предлагая взамен их трудовых услуг статус «особенного потребителя», имеющего возможность тестировать новые продукты бренда, принимать участие в исследованиях, в том числе таких чувствительных как «тайный покупатель».

**Краудфандинг** — это финансовая технология, в рамках которой финансирование проекта (как коммерческой, так и некоммерческой направленности) полностью или частично осуществляется за счет привлечения средств из «толпы».

**Кредитное финансирование интеллектуального капитала** – финансирование на условиях срочности, возвратности и платности, когда организатор проекта занимает позицию заемщика, а инвестор — кредитора.

**Критические факторы успеха (КФУ)** – наиболее стратегически важные цели для обеспечения успеха компании.

**Личностные качества** – характерологические и психофизиологические свойства личности (в том числе, мировоззренческие знания), влияющие на выполнение профессиональной деятельности.

**Личность** совокупность ценностно-смысловых, когнитивных, характерологических и психофизиологических свойств человека, определяющих особенности жизнедеятельности и поведения человека.

**Лицензия:** в широком смысле слова: право на определенный вид деятельности. Применительно к инновационной сфере: документ, фиксирующий право на использование новшества или нововведения как защищенного патентом (патентная лицензия), так и ноу-хау (беспатентная лицензия).

**Максимальный, или полный, аутсорсинг** - этот термин используется для обозначения договора, по которому штат сотрудников, а возможно и активы, относящиеся к основной деятельности предприятия (в действительности к 90% такой деятельности), такие как информационные технологии или финансы, передаются поставщику услуг на время действия контракта.



**Маркетинговая инновация** – это внедрение нового метода продвижения и продажи уже существующих продуктов (услуг). Сюда относятся изменения в дизайне, упаковке, цене, рекламных методах продвижения. Примеры маркетинговых инноваций: это введение в практику многих коммерческих фирм карт постоянных покупателей, изменение дизайна флакона лака для волос, или смена банки для майонеза на пакет с откручивающейся крышечкой. Маркетинговую инновацию отличить очень просто – благодаря применению маркетинговой инновации, продукт (услуга) не меняется, меняется отношение к ним потребителей.

**Матрица ответственности** – графическая форма описания распределения ответственности за реализацию работ по проекту с указанием роли каждого из участников проекта, обеспечивает описание и согласование структуры ответственности за выполнение пакетов работ.

**Миссия** – это качественно выраженная совокупность стратегических целей. Она определяет вид предпринимательской деятельности, на которую направлена реализация проекта. При этом она фокусирует внимание на потребителе, а не на товаре, так как миссия определяется с учетом покупательских интересов, нужд и запросов, которые удовлетворяются бизнесом.

**Менеджмент знаний** – целенаправленная организация деятельности всей компании, где знания рассматриваются, как главный стратегический фактор успеха.

Модель компетенций — система, в которой объединены в иерархической взаимосвязи компетенции, важные для достижения результата в деятельности». Модель компетенций включает и личностные, и профессиональные компетенции. Наиболее важные компетенции занимают верхние места в этой модели, а наименее важные компетенции расположены внизу.

**Мультипликатор интеллектуального капитала** – соотношение организационного и человеческого капитала в компании. Соотношение показывает, как компания усиливает свой человеческий капитал, используя организационный капитал. Повышение значения мультипликатора характеризует высокое усиление и уменьшает потерю знаний (и связанные с ней риски) при уходе людей.

**Область представления знаний** - совокупность объектов знаний, которая отображается на корпоративном портале. Область знаний связана с совокупностью сервисов, семантических настроек (фильтров) сервисов, настроек визуального представления и взаимного расположения сервисов на экране, текущего состояния. Область знаний хранится на портале как единое целое и отображается на рабочем столе пользователя.

**Организационное обучение** – процесс, в результате которого компания обучается путем обмена опытом и избегает повторения ошибок. Обучение может осуществляться как на уровне индивида, так и на уровне организации на

основе корпоративной. Организацию, в которой хороший процесс обучения можно назвать обучающейся организацией.

**Организационный капитал** – способности организации, проистекающие из формализованных знаний, деловых процессов, организационной культуры, ценностей и норм. Является частью интеллектуального капитала организации.

**Персонализация** - подход к управлению знаниями, который ориентирован в большей степени на сохранение необъективированных (скрытых, неявных) знаний. Для этих целей обычно формируются сообщества, в которых происходит обмен знаниями; выявляются эксперты по отдельным направлениям, для которых создаются условия для обмена знаниями.

**Поведенческие индикаторы компетенций** — поведение, которое показывает человек на работе, учёбе, в общественной работе, в лично общении, в своих увлечениях (хобби).

**Поверхностные знания** - знания о видимых взаимосвязях между событиями и фактами предметной области, близкие чисто эмпирическому опыту, которые могут быть представлены в простых моделях, основанными на правилах типа «Если (условие), то (действие)».

**Показатель** – измеритель степени достижения **Цели**.

**Политика в области управления знаниями** – пояснение целей и стратегий компании в области управления знаниями. Политика определяет критерии принятия решений, общие принципы поведения и правила поведения в типичных ситуациях относящиеся к УЗ.

**Проактивность портала** – способность корпоративного портала динамически предоставлять пользователям информацию (элементы знаний) в зависимости от их ролей, активности на портале и текущего бизнес-контекста.

**Процедурные знания** – знания о способах решения задач в проблемной области, а также различные инструкции, методики и т.п. Процедурные знания противопоставляются декларативным знаниям.

**Проектное финансирование** – техника финансирования, применяемая финансовыми институтами при системном вложении средств в проекты, в качестве соорганизатора которых может выступать банк. Проектное финансирование иногда подразумевает комбинирование кредитного и акционерного финансирования.

**Промежуточный аутсорсинг** - этот вид аутсорсинга имеет место, когда организация передает управление своими системами и платформами третьей стороне, полагая, что ее собственные специалисты по информационным технологиям (ИТ) способны разработать новые системы. Организация, планирующая осуществить промежуточный аутсорсинг, как правило, демонстрирует высокий уровень доверия к способностям своих специалистов по ИТ.

**Репутация (бренд)** – представляет собой результат прошлого благоприятного опыта использования продукции и взаимодействия потребителя с фирмой, а также результат манипуляции – «промывания мозгов» – тому же потребителю.

Главный результат наличия этого ключевого актива – возможность назначать премиальную цену и/или ускоренно наращивать объемы продаж. В данной версии игры первый фактор является основным и рост этого актива приводит к росту рентабельности продаж (маржи), безотносительно к экономии как на производственных, так и на общефирменных расходах.

**Развивающая социальная среда** – вид социума, отличающегося от других общностей более высокими по содержанию и интенсивности характеристиками совместной деятельности и общения, эмоционально и интеллектуально насыщенной атмосферой сотрудничества и созидания. Это такое социально-психологическое пространство для осуществления совместной деятельности, которое расширяет возможности целеполагания, мотивирования, организации деятельности и сплочения сотрудников в целях достижения устойчивого развития компании и ее персонала.

**Реструктуризация** – процесс управления изменениями организации, направленный на поддержания оптимального соответствия структуры предприятия и его текущей стратегической линии поведения. Типы реструктуризации (развитие, сокращение, слияние, разделение, перераспределение).

**Сбалансированная система показателей (ССП) /Balanced Scorecard (BSC)** – система оценки и стимулирования деятельности организации по реализации выбранной стратегии. Система обеспечивает учет не только финансовых результатов, но и факторов, определяющих данные результаты: взаимоотношения с клиентами, инновации, эффективность бизнес-процессов, знания и потенциал организации. Основным инструментом ССП является Карта стратегий.

**Система менеджмента знаний** – совокупность методологических подходов и технологий, которые позволяют менеджменту за счет использования знаний создать для компании дополнительные ценности.

**Систематика (Таксономия)** – система классификации. Типовой систематикой является иерархический список. Систематика, в которой объект может встречаться более чем в одной ветви, называется «поли-иерархичной».

**Системная динамика** – методология моделирования динамических управляемых систем с обратной связью. В системах поддержки принятия решений применение системной динамики позволяет объединить несколько функциональных пространств организации в одно целое и обеспечить количественный базис для выработки более эффективной управленческой политики.

**Сетевой (контрагентский) капитал** – принадлежит нематериальным активам, относящимся к уникальным навыкам и позициям фирмы во внешней среде. Стержень этой составляющей – вовлечение фирмы и ее работников в кооперационные сети. Долгосрочные сетевые взаимодействия необходимы для многих сторон современного бизнеса, но, в особенности, это касается таких функций, как снабжение и сбыт, а также НИОКР. Рост сетевого капитала

приводит к повышению эффективности бизнес-процессов, но, главное, он приводит к ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности (фирме заказчики платят быстрее), напротив, кредиторская задолженность – источник бесплатных средств – увеличивается, так как поставщики готовы предоставлять преференциальному заказчику отсрочку платежа.

**Специализированное финансирование** – направление активных операций финансовых институтов, отличных от традиционного кредитования, инвестирования и дилинга. Важнейшими направлениями специализированного финансирования являются лизинг, факторинг, венчурное финансирование, форфейтинг.

**Скрытые знания** - это персональное знание, неразрывно связанное с индивидуальным опытом. Его можно передать путем прямого контакта - «с глазу на глаз» или при помощи специальных процедур извлечения знаний. Во многих случаях, именно скрытое практическое знание - является ключевым для принятия решений и управления.

**Сообщество** – группа людей, которые обмениваются знаниями.

**Социально-психологическое моделирование** – метод исследования и формирования группы людей, основанный на экспериментальном воспроизведении деятельности группы

**Среда менеджмента знаний** – аспекты состояния компании, которые определяют способность компании эффективно управлять знаниями. Наиболее важными аспектами являются установленная взаимосвязь между стратегией компании и знаниями, культура, уровень технологической оснащенности, знание источников знаний, доступность источников знаний, структурированность и актуальность существующих знаний.

**Стартовые инвестиции** – инвестиции в инновационный проект до создания экспериментального образца, а также инвестиции в предприятие в момент его учреждения.

**Стартап** – это начинающая компания, которая создается с целью коммерциализации интеллектуальной собственности. Двигательной силой стартапа является инициативная команда разработчиков – авторов и собственников интеллектуальной собственности, которая вносится на баланс стартапа. Создание и регистрация стартап компании является необходимым этапом в реализации инновационного проекта.

**Стиль управления** — присущая данному руководителю система способов и приёмов воздействия на подчинённых. В теории управления Роберта Блейка и Джейна Моутона данная система формируется вокруг двух осей, которые образуют в итоге «управленческую решётку»: заинтересованности в производстве и заинтересованности в людях. Для руководителей, заинтересованных в производстве, ориентированы, прежде всего, на достижение результатов, исполнение работы (даже любой ценой), получение прибыли, снижение расходов; они обеспокоены получением ресурсов. Руководители, заинтересованные в людях, хотят нравиться подчинённым,

пытаются купить их расположение мелкими уступками; в центре внимания такого руководителя — условия работы подчинённых, заработная плата сотрудников, отношения с людьми. Эти два подхода («товарно-производственный» и «человеческий» формируют пять стилей управления).

**Синергетический эффект** – взаимообусловленное усиление действия технологических, организационных и экономических факторов.

**Специализированный институт финансирования инноваций** – финансовый институт, обслуживающий процесс движения капитала в инновационную сферу. Как правило, является вторичным финансовым посредником, структура активов и пассивов и кадровый потенциал которого позволяет распределять ресурсы других финансовых институтов и государства для финансирования процесса создания научно-технических нововведений.

**Спин-офф (spin-off (out) – отпочкование)** – практика выделения новой фирмы из уже существующей. Осуществляется в форме либо реорганизации и регистрации в качестве предприятия структурного подразделения, существовавшего в рамках компании, либо создания новой компании группой работников определенного предприятия при участии последнего в ее капитале.

**Стратегия** – образ действия, обеспечивающий достижение поставленной цели.

**Структурирование знаний** – процесс организации и установления взаимосвязей в знании, полученном в процессе извлечения. Является частью инженерии знаний.

**Трансформационный аутсорсинг** – в отличие от промежуточного аутсорсинга, организация приглашает поставщика услуг, который полностью реорганизует работу подразделения, разрабатывая новые системы и создавая надежную базу знаний и навыков, которую затем передает клиенту. Трансформационный аутсорсинг отличается от полного лишь тем, что переход сотрудников и активов не окончателен - по завершении проекта клиент вновь обретает полный контроль и вступает в свои обязанности.

**Технологическое ноу-хау** – относится к уникальным знаниям и компетенциям фирмы по организации производственного процесса, то есть непосредственного создания продуктов и услуг, не защищенных патентами. Они могут быть частично воплощены в технической документации и регламентах, а частично существовать в рамках так называемых организационных рутин. Однако иногда технологическое ноу-хау имеет вещественную форму в виде уникального оборудования, принадлежащего фирме, доступ к которому ограничен только ее сотрудниками, и позволяющего осуществлять производственные процессы, на которых основано конкурентное преимущество.

**Узкоспециализированные активы** – капитальные активы: оборудование, научные приборы, а также интеллектуальная собственность, которые можно производительно использовать только в отдельных проектах.

**Управленческое ноу-хау** – по своему экономическому смыслу, родственно технологическому ноу-хау, и его составляют уникальные знания и компетенции по управлению бизнесом. В плане процесса управления производством оба

вида ноу-хау оказываются еще более близки, однако для их разграничения надо учитывать, что технологическое ноу-хау относится к воздействию на предмет труда, а объектом управленческого ноу-хау являются люди. Поэтому наличие этого вида нематериальных активов повышает эффективность производственных бизнес-процессов и бизнес-процессов в рамках организации в целом. Оба вида процессного капитала относятся к нематериальному капиталу, преимущественно скрытому внутри организации.

**Управление знаниями** – это совокупность процессов и технологий для выявления, создания, распространения, обработки, хранения и предоставления для использования знаний внутри предприятия.

**Управление изменениями** – 1. Область менеджмента, которая концентрирует внимание на технике проведения изменений в организации. 2. Способность контролировать изменения в активах, процессах, документах и технологиях.

**Управление мощностями** - иногда вместо термина "аутсорсинг" используется термин "управление мощностями" (Facilities Management - FM). Аутсорсинг подразумевает увеличение ценности, а соглашение об управлении мощностями просто перекладывает ответственность за управление персоналом, собственностью и оборудованием на другую организацию.

**Формализация знаний** – процесс представления структурированных знаний на определенном языке представления знаний.

**Формы аутсорсингового сотрудничества:**

Управление мощностями;

Максимальный, или полный, аутсорсинг;

Частичный, или выборочный, аутсорсинг;

Совместный аутсорсинг;

Промежуточный аутсорсинг;

Трансформационный аутсорсинг;

Аутсорсинг совместных предприятий;

Доля в акционерном капитале партнера.

**Функциональные группы интеллектуальных услуг:**

– услуги, реализуемые в производстве;

– услуги, реализуемые в потреблении;

– услуги, приводящие рынок в равновесие (market clearing).

**Функциональные признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальную услугу:**

– потребность в интеллектуальных услугах существует преимущественно у инновационных экономических субъектов (использующих продуктовые, процессные, организационные инновации);

– не каждый потребитель может полноценно использовать оказанную ему услугу;

– продукт сектора интеллектуальных услуг не является однородным, он должен быть либо полностью индивидуальным, либо в крайнем случае состоять из некоторого стандартного «ядра», на которое для каждого клиента наращивается

своя «оболочка»;

клиент является «сопроизводителем» как минимум «оболочки» услуги, или даже всей услуги целиком, если услуга полностью индивидуализирована;

– в стоимости услуг велика доля добавленной стоимости;

– основную часть добавленной стоимости производит труд, причем высококвалифицированный.

**Функциональная область** – совокупность (множество) процессов (иногда явно не выделяемых) направленных на решение единой задачи (достижения единой цели).

**Цель** – это желаемое состояние экономической системы, отражающее волю управляющего системой субъекта и имеющее строго определенный срок существования.

**Человеческий капитал** – умения, компетенции и способности сотрудников компании – ключевой ресурс современного бизнеса, который тесно связан с другими видами нематериальных ресурсов – процессным, сетевым капиталом и даже репутацией компании. В модели к человеческому капиталу относятся только те способности сотрудников, которые уже не включены в другие указанные составляющие нематериальных ресурсов. Одновременно при принятии решений, разрушающих человеческий капитал компании, в части работников умственного труда будут страдать все другие составляющие нематериальных ресурсов. Чтобы предотвратить разрушение человеческого капитала прежде всего необходимо вкладывать достаточно средств в рекрутинг и поддерживать заработную плату на должном уровне. При относительно более высокой заработной плате, фирма-тренажер может нарастить свой человеческий капитал за счет конкурентов, но потерять в рентабельности из-за возросших расходов. Имитационная модель выделяет два вида человеческих ресурсов – работников физического труда и работников умственного труда.

**Частичный, или выборочный, аутсорсинг** – в соответствии с таким соглашением, значительная часть функций подразделения остается в ведении клиента.

**Эксперт** – специалист, который за годы обучения и практической деятельности научился эффективно решать задачи, относящиеся к конкретной предметной области.

**Экспертная система** – система искусственного, включающая знания об определенной слабо структурированной и трудно формализуемой узкой предметной области и способная предлагать и объяснять пользователю разумные решения. Экспертная система состоит из базы знаний, механизма логического вывода и подсистемы объяснений.

**Chief Knowledge Officer (CKO)** – старший менеджер организации, который отвечает за эффективность управления знаниями в организации.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
Требования к уровню освоения дисциплины .....	4
Календарно-тематический план курса .....	7
Содержание программы курса .....	8
Распределение учебного времени по модулям.....	13
Методические рекомендации по изучению курса и планы семинарских занятий.....	14
Образовательные технологии.....	40
Экзаменационные вопросы по курсу .....	42
Список литературы .....	46
Словарь основных терминов .....	48



*Навчальне видання*

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС**

Методичні рекомендації  
для студентів, які навчаються  
за спеціальністю 8.03050401, 7.03050401 – Економіка підприємства  
(всіх форм навчання)

(російською мовою)

Автор-упорядник **ТИМОХОВА Галина Борисівна**

В авторській редакції  
Комп'ютерний набір *Г.Б. Тимохова*

Підписано до друку 25.02.2015. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».  
Ум. друк. арк.3,72 . Обл.-вид. арк. 3,86.  
Тираж 100 пр. Замовлення

*План 2014/15 навч. р., поз. № 20 в переліку робіт кафедри*

Видавництво  
Народної української академії  
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві Народної української академії

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.