

СИЛЛАБУС

Оқытушының тегі, аты-жөні, ғылыми дәрежесі мен ғылыми атағы; лауазымдық қызметі; байланыс ақпараты; оқытушының ғылыми мектебі мен ғылыми қызығушылығы

Қасым Руслан Тоқтасынұлы «РЭТ» кафедрасының аға оқытушысы, м.т.н., E-mail: kasym.ruslan@mail.ru,

Ғылыми қызығушылықтары: менеджмент, персоналды басқару, инновациялық кәсіпкерлік.

2. Пәннің коды, атауы және кредит саны. Инновациялық менеджмент, Пән коды ІМ 2904. Кредит саны - 3

3. Оқу пәнін өткізу уақыты мен орны: магистранттар, 2 семестр, сабақ кестесіне сәйкес

4. Оқу пәнінің пререквизиттері мен постреквизиттері. Пән пререквизиттері: «Менеджмент», «Бизнесті ұйымдастыру». Пән постреквизиттері:

«Инновациялық кәсіпкерлік».

Оқу пәнінің сипаттамасы

5.1. Оқу пәнінің аты Макро- және микродеңгейде жаңашылдықтарды, инновацияларды басқарудың функциялар мен әдістері туралы ғылыми білімді, теориялық және практикалық тәжірибелерді жинақтап қорытуға бағытталған

5.2. Оқу пәнін оқыту мақсаты Инновациялық ой өрісін дамыту; жаңалық енгізу саласында стратегиялық және тактикалық шешімдерді қабылдаудың негізгі тәсілдерін оқыту

Пәнді оқытудың міндеттері.

Пәнді оқытудың мақсатына жетуде келесі міндеттер қойылады:

- Инновациялық менеджмент пәнінің мазмұнын толық ашу, инновациялық кәсіпкерліктің ерекшеліктерін көрсету;
- Инноватика теориясының негізгі терминдеріне анықтама беру және өркениет дамуына сәйкес технологиялық кезеңдердің ауысуына толық түсінік беру;
- Жаңа технологиялар мен инновацияларды өндіріске енгізу мақсатына инвестицияларды тартудың жаңа әдістерін игеру үшін жоғарға технология ұғымының бар құндылығын кеңейту;
- Инновациялық стратегия маңыздылығы мен ерекшеліктерін тану, сонымен қатар игерілген жаңа инновациялық технологияның тиімділігін есептеу, бағалау, болжау әдістерін үйрету;
- болашақ менеджерлерде инновациялық өзгерістерді дайындау және жүзеге асыру саласында теориялық білімдерін және практикалық дағдыларын, жаңашылдықтарға бейімділігін қалыптастыру; инновациялық қызмет және инновациялық процестерді басқару механизмімен таныстыру; инновациялық жобалардың экспертизасын және инновациялық процестерді зерттеуін жасай білу; инновациялық қызметтің тиімділігін және инновация тиімділігін талдай білу

5.4. Оқу пәнінің мазмұны:

«Инновациялық менеджмент» пәнінің пайда болуы өмірдің объективті талаптарына байланысты. ҚР-да өтіп жатқан экономикалық реформалар жүзеге асырылуы үшін жаңашылдық нарықта тиімді жұмыс істеуге қабілеті бар, ғылыми ұжымдарды, зерттеулерді басқару әдістерін қолдана білетін мамандар қажет. Кез келген ұйым үшін жаңашылдықтарды енгізу қиын және ауыртпалы процесс болып саналады. Бірақ кәсіпорындар арасында бәсеке жағдайы жоғары болып сипатталатын нарық экономикасында жаңашылдықтарсыз тиімді жұмыс істеу мүмкін емес.

ДӘРІС № 1. Инновацияның жалпы түсінігін, жәктелуін және инноватика теориясының қалыптасуы

Дәрістің мақсаттары: Инновацияның жалпы түсінігін, жәктелуін және инноватика теориясының қалыптасуы мен қазіргі кездегі концепцияларын қарастыру

Сұрақтар:

1. Инновацияның жалпы түсінігі
2. Инноватика теориясының қалыптасуы және қазіргі кездегі концепциялары
3. Инновацияның классификациясы

1. Баршаға белгілі «инновация» - ол халықтың әлеуметтік жағдайын жақсартуға, ел экономикасын өсуге апаратын негізгі жолдардың бірі. Әр заманның өз мінезі, өз талабы бар. Бүгінгі дамудың негізгі жолы – инновациялық жол. Ол – Қазақстанның әлемнің бәсекеге барынша қабілетті 50 елінің қатарына кіру жолы деген сөз. Демек Қазақстан экономикасы ғылыми білімге, инновациялық технологияларға, жоғары білікті өндіргіш күштерге негізделуі тиіс.

Көптеген зерттеушілердің айтуынша, «инновация» термині шамамен XV ғасырдың бірінші жартысында пайда болған, яғни ағылшынның «innovation» сөзін аударғанда «қайта өрлеу» немесе «тауар жасаудың жаңа жолы».

XX ғасырдың 30-жылдары австриялық ғалым Йозеф Шумпетер инновация терминін экономика ғылымына енгізді, ол бойынша инновация дегеніміз – жаңа тұтыну тауарларын, жаңа өндіріс және тасымалдау құралдарын, нарықтар мен өнеркәсіптегі ұйымдастыру нысандарын енгізу мен пайдалану мақсатындағы өзгеріс. «Инновация» термині әлемдік экономикалық әдебиетте жалпы қабылдаған категория болды. Йозеф Шумпетер бойынша, инновация – тек жаңа енгізу ғана емес, ол – өндірістің жаңа қызметі.

Й.Шумпетердің айтуынша, технологиялық үдерісте, экономикалық ұйым құрылымында, шығарылатын тауар ассортименті мен экономикалық тепе-теңдікте өзгеріс туындататын нарықтағы басым рөлге кәсіпкерлік қызмет ие. Кәсіпкерлік кәсіп емес – ол экономикадағы тұрақты дәстүрді бұзып, тәуекел бизнесі арқылы инновация нарығына енудің сирек кездесетін қабілеті. Оның

ДӘРІС № 2. Кәсіпорынның инновациялық қызметін басқару негіздері

Дәрістің мақсаты: Инновациялық қызметпен үдерістің негізгі түсініктерін, инновациялық қызметтен және инновациядан алынатын нәтижелердің түрлерін қарастыру

Сұрақтар:

1. Инновациялық менеджмент басқару процессі ретінде
2. Инновациялық үдеріс пен инновациялық қызмет түсінігі
3. Инновациялық қызметтен және инновациядан алынатын нәтижелердің түрлері

1. Нарықтық экономика жағдайында инновациялық жүйені жетілдірудің қажетті шарты болып инновациялық менеджменттің жетілдіру саналады. Инновациялық менеджмент (ИМ) - қызметтің әртүрлі салаларында инновацияларды пайдалану жолымен мейлінше көп пайда алуға бағытталған басқарушылық қызметтің ерекше түрі. Екінші жағынан, инновациялық менеджмент - инновациялық үдерістерді, инновациялық қызметті, осы қызметпен айналысатын ұйымдық құрылымдар мен олардың қызметкерлерін басқарудың қағидалары, әдістері мен пошымдарының жиынтығы. Оған да, менеджменттің кез келген басқа саласы тәрізді, мақсат қою, стратегия таңдау, сондай-ақ төмендегі төрт саты тән:

1. Жоспарлау: стратегияны іске асырудың жоспарын жасау.

ДӘРІС 3. Іргелі және қолданбалы сипаттағы зерттеулер

Әдетте, іргелі зерттеулер, оның концепциялары мен теориялары академиялық институттарда, жоғары оқу орындарында, салалы мамандандырылған институттар зертханаларда жасалады. Іргелі зерттеулерді қаржыландыру негізінен мемлекеттік бюджеттен қайтарымсыз негізде жүргізіледі.

Қолданбалы сипаттағы зерттеулер тәжірбиелік бағытқа негізделеді және барлық ғылыми орталықтарда жүзеге асырылады және оның қаржыландырылуы бюджет есебінен де, тапсырыс берушілер есебінен де жүреді. **Қолданбалы** зерттеулер нәтижесі әрдайым болжамдарға сәйкес болмайды және белгісіздік белгілері көп, сонымен қатар салынған капиталдан айырылу тәуекелділігі жоғары.

Тәжірбиелік-конструкторлық және эксперименталды әзірлемелер.

Бұл зерттеулер мамандандырылған лабораторияларда, конструкторлы бюроларда, тәжірбиелік өндірісте, өндірістік кәсіпорындардың ғылыми-өндірістік бөлімдерінде жүзеге асырылады.

Қаржыландыру мемлекеттік бюджет негізінде немесе ұйымның өзінің капиталынан жүре береді.

Жаңа өнімді жасау

Жаңа өнім бойынша нақты маркетингтік бағдарлама құру: өнімнің атын анықтау; тауарлық белгісін, безендіруін, қабын анықтау. Сонымен қатар, бұл кезеңде жаңа тауар шектелген нарықта 3 ай мерзімі бойында бағасы, сапасы және коммерциялық шарттары бойынша сынақтан өткізіледі.

4.Соңғы кезеңде коммерциялизациялау үдерісі жүзеге асады, яғни өндірілген өнімді өндіріске шығару үшін нарыққа енгізу. Бұл инновациялық қызметтің негізгі мақсаты болып табылады.

Инновациялық үдеріс кезеңдері

Кезең атауы	Жұмыс мазмұны
1.Түсетін идеяларды жүйелеу	-нарықтағы өзгерістер туралы ҒЗТҚЖ -бөліміне түскен жаңалық туралы, маркетингтік қызмет туралы,сауда делдалдары мен тұтынушылар туралы ақпараттарды жинау; -ұйымның жаңа өнімді игеру, тәуекелді жағдайларды анықтау туралы ақпарат жинау;
2.Ұсынылған идеяларды сараптау және жаңа өнім идеясын дайындау	-идеялардың мүмкіндіктерін және жүзеге асу тәжірбиесін анықтау; -жаңа өнімнің ұйым стратегиясына сай келуі; -болашақ өнімнің патенттік тазалығын анықтау;
3.Жаңа өнімнің экономикалық тиімділігін анықтау, маркетингтік бағдарламасын жасау	-өнімді техникалық тұрғыдан дайындау, оның тұтынушылық қасиеттері мен сапасын анықтау; -өнімнің техникалық-экономикалық мінездемесін анықтау және тұтыну қасиеттері мен сапасын бағалау; -әлеуетті сату рыногы мен сату көлемін анықтау; -өнімді дайындау мен игеруге кететін шығындарды анықтау, жаңа өнімнің өтелу мерзімін анықтау; -жаңа өнімді шығаруға қажетті ресурстар мен құрал-жабдықтардың және персоналдың бар болуы; -жаңа өнімнің өндірістік рентабельділігін талдау және бағалау; -өнімнің маркетингтік бағдарламаларын дайындау, өнім атын, белгісін анықтау және әрлендіру, қаптау;
4.Жаңа өнімді жасау	-фирма бөлімшелерінің міндеттемелерін анықтай отырып, жаңа өнімді дайындаудың нақты бағдарламасын жасау; -техникалық сынақтардың үлгісін жасау және өткізу;
5.Нарықта сынақтан өткізу	-бағасы және басқа да коммерциялық шарттары бойынша 3 ай көлемінде шектелген нарықта сынақтан өткізу;
6.Жаңа өнімді өндіріске шығару туралы шешім қабылдау	- инновацияның коммерциялық негізделуі:сату көлемі, өнімнің рентабельділігі, инвестицияның жалпы сомасы, инвестицияның әлеуетті көздері; -ұйымның өндірістік мүмкіндіктері:материалдық, қаржылық, кадрлық және т.б.ресурстар түрлері; -жүзеге асырудың оңтайлы арналарын және жарнаманың құралдары мен әдістерін таңдау; -жаңа өнімнің патенттік қорғалуын қамтамасыз ету.

ДӘРІС № 4. Ұйымның инновациялық потенциалын анықтау

Дәрістің мақсаты: Кәсіпорынның инновациялық потенциалын, өндірістің ұйымдастырушылық-технологиялық дайындығын, ҒЗТКЖ-ларды ұйымдастыру және жобалауын қарастыру

1. Кез келген инновациялық үдеріс оны іс жүзінде асыруды, яғни инновациялық әлеует үшін қажетті факторлар мен шарттар жүйесінің құрылуын талап етеді. Кәсіпорынның **инновациялық әлеуеті** қызметтің: өндірістік, басқару, маркетинг, қаржы секілді әртүрлі салаларында инновацияларды әзірлеуге және енгізуге деген қабілетімен сипатталады және ресурстардың әрқилы: зияткерлік (патенттер, лицензиялар және т.б.); материалдық (технологиялық құрал-жабдықтар); қаржы; еңбек; инфрақұрылымдық (ҒЗТКЖ бөлімшелері, патент-құқық бөлімдері) іспетті түрлерінің жиынтығы арқылы айқындалады. Инновациялық әлеует өндірістік-шаруашылық жүйенің икемділігін, оның сыртқы әсерлерге жауап беру, нарық талаптарына, заңдардың өзгеруіне сай бейімделу қабілетін қамтасыз етеді. Инновациялық әлеуеттің негізін, ресурстық мүмкіндіктермен бірге, кәсіпорынның инфрақұрылымы құрайды. Осыдан инновациялық мүмкіндіктердің бастапқы өлшемдерін өлшеу, оны кәсіпорынның жалпы әлеуетінде анықтау қажеттілігі оның деңгейіне тәуелді.

Инновациялық белсенділік коэффициенті элементтерінің қатарында төмендегілер аталады:

- Инновациялық стратегияның сапасы;
- Инновациялық әлеуетті шоғырландыру деңгейі;
- Келтірілген (тартылған) инвестициялардың көлемі;
- Өзгерістерді өткізу кезінде пайдаланылатын әдістер;
- Компанияның сыртқы ортаның әсеріне қарсылығының дұрыстылығы;
- Инновациялық өзгерістерді енгізу қарқыны;
- Компания белсенділігінің деңгейі мен сыртқы ортаның жай-күйінің арақатынасы.

Өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейін көтеру үшін: өндірісті механикаландыру және автоматтандыру деңгейін арттыру; өндірістік үдерістердің ілгерілеушілігі деңгейін өсіру; еңбектің қормен жарақталуы деңгейін көтеру; жұмыс уақытын жоғалтуды қысқарту; өндірістің қалыптылығын көтеру қажет.

Инжиниринг – ғылыми-зерттеу, сараптамалық, жобалық-конструкторлық, технологиялық жұмыстарды және құрылыс жұмыстарын өткізу жолымен бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ететін өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейін көтеру үдерісі.

Реинжиниринг – инжинирингтің жаңа ұрпағының нәзік әдістерін қолдану арқылы өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейін көтеру үдерісі.

ДӘРІС № 5. Инновациялық проекттерді басқару және инновациялардың экономикалық тиімділігін бағалау

Дәрістің мақсаты: Инновациялық жоба түсінігімен мазмұнын, оларды іріктеу және экономикалық тиімділігін анықтау әдістерін қарастыру

1. Қазіргі заманғы инновациялық компанияларда ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстардың басқару жобалық тәсіл негізінде жүзеге асырылады.

Инновациялық жобалау негіздері. Жобаларды басқарудың (Project Management) жаңа тұжырымдамасы тәжірибеге енгізіліп келе жатыр. Бұл әдістің негізін жобаларды белгіленген уақыт режимі мен бюджет шектерінде басқару құрайды. «Инновациялық жоба» түсінігін: мақсатты басқару, инновацияларды жүзеге асыру үрдісі, құжаттардаң жинағы ретінде қарастыруға болады.

Инновациялық жоба – ол техникалық, ұйымдастырушылық-жоспарлық және есептік-қаржылық құжаттаманың жобаны жүзеге асыру үшін қажетті жиынтығы. Әзірлемені басқару және инновациялық жобаны іске асыруды басқару жұмысын жобаның басқарушысы, сондай-ақ жобаның бағыты бойынша жетекші мамандар мен орындаушылар кіретін ғылыми-техникалық кеңес атқарады.

Инновациялық жобаны әзірлеу жоба құжаттамасын даярлаумен аяқталады, оның құрамына төмендегі тараулар кіреді:

- жобаның мазмұны мен өзектілігі;*
- жоба басшысының түйіндемесі;*
- маркетингтік зерттеулер және мәселені құрылымдау негізінде жоба мақсаттарының сабақтастығы;*
- жоба мақсаттарын жүзеге асыру бойынша іс-шаралар жүйесі;*
- жобаның кешенді негізделуі;*
- жобаны жүзеге асыруды қамтамасыз ету;*
- ҒТЖ сипаттамасы;*
- сараптамалық қорытынды; жобаны іске асыру механизмі және уәждеме жүйесі.*

Ең күрделі жобалардың бірі – инновациялық жобалар болып саналады. Инновациялық жоба дегеніміз жаңа немесе жақсартылған өнім және жаңа немесе жақсартылған технология жасауға бағытталған түрлі іс-әрекеттердің жүзеге асырылу үдерісі. Нарықта инновацияның пайда болуы мынадай әр түрлі қызметтердің орындалу нәтижесі болып табылады:

1. Ғылыми зерттеулер.
2. Жобалық-конструкторлық зерттеулер.
3. Инновациялық өнімдердің тәжірибелі үлгілерін жасау.
4. Инновациялық өнімді өндіру.
5. Тәжірибелі партияларды шығару.
6. Жаңа өнімнің шығуына тұтынушылардың көзқарасын зерттеу.
7. Жарнамалық компанияларды өткізу.
8. Инновациялық өнімді сериялы өндіріске енгізу.
9. Инновация диффузиясын ұйымдастыру.

Ғылыми техникалық деңгейіне байланысты венчурлық жобалардың мынадай түрлері бар:

- **Модернизацияланған.** Нарықтағы белгілі өнімдерге базалық технологиясын айтарлықтай өзгертпей модификация жасау арқылы инновациялық өнімдер шығару.
- **Жаңашылдық.** Бұрынғы үлгісінен айырмашылығы өте көп жаңа технологиялар мен жаңа өнімдердің конструкциясы.
- **Пионерлік.** Нарықта, қолданыста бұрын болмаған материал, технология, конструкциялардың пайда болуы.

Жобаның мақсаты мен міндеті масштабына байланысты инновациялық жобалар былай бөлінеді:

- Моножобалар.
- Мультижобалар.
- Мегажобалар.

Моножобаларда әдетте бір ұйым немесе бір бөлімшенің орындалуымен жүзеге асырылады. Мысалы, нақты бұйымның немесе технологияның жасалуы. Олар қатаң уақыттық және қаржылық шектеулерге ие. Жобаны басқару үшін координатор немесе жетекшінің болуы қажет.

Мультижобалар күрделі инновациялық мақсаттарға жетуді көздейді. Мысалы, ғылыми техникалық кешеннің құрылуы, ірі технологиялық мәселелерді шешу. Олар көптеген моножобаларды біріктіреді. Мұндай жобаларды жүзеге асыру үшін координаторлық бөлімше қажет.

Мегажобалар бір орталықтан қаржыландырылатын және бір координациялық ортадан басқаруды қажет ететін көп мақсатты кешенді бағдарламалар. Мысалы, техникалық қайта жабдықтау, конверсия мәселелерін шешу, тауардың және технологиялардың бәсекелестігін арттыру.

ДӘРІС № 6. Инновациялық өнімді енгізу және өндірудің процессін басқару әдістері

Дәрістің мақсаты: Инновациялық қызметті және инновациялық өнімді өндіруді басқарудың әдістерін жан жақты қарастыру.

1. Инновациялық бизнесте табысты қызмет атқарған көптеген менеджерлерде инженерлерде, технологтар және басқа да тұлғаларда ең қажетті қасиет – кәсіпкерлік ынта күшті болған. Оның 600-ден аса патенттері болды, ол құрған және өзі басқаруға тырысқан барлық фирмалар табысқа жеткен жоқ. Тек мамандандырылған менеджерлерге тапсырылған инновациялық жобалар ғана табысты аяқталған, мысалы Томас Эдисонның көптеген инновациялық идеяларын General Electric (GE) компаниясы өндіріске енгізген.

Бенчмаркинг әдісі – ең үздік бизнес тәжірибелерін қолдану

Бенчмаркинг термині тек бір ғана мағынаға ие емес. Ол «benchmark» сөзінен шыққан, нақты бір объектідегі белгі деген мағынаны білдіреді. Мысалы, теңіз деңгейінен қанша биіктікте тұрғаны белгіленген бағана.

Кәсіпорынның бағытын анықтауда қазіргі кезде бенчмаркинг әдісі жиі қолданылып келеді. бенчмаркинг әдісін қолдану арқасында бәсекелестерге қарағанда өнімнің, қызметтің және күнделікті тәжірибенің үздіксіз жақсартылып отыруына қол жеткізуге болады.

Инновациялық менеджмент

Инновациялық өнім шығару
әдістері

Инновацияның пайдалану
таралу әдістері

ФҚТ әдісі

Инновация

ОБТ әдісі

Ресурстар

АМКА әдісі

Стратегия әдісі

ДӘРІС № 7. Инновациялық стратегиялар

Дәрістің мақсаты: Инновациялық стратегия түсінігін және түрлерін анықтау; инновациялық стратегиялардың ерекшеліктерін қарастыру; ұйым мақсатына байланысты стратегия типтерін зерттеу

1. Инновациялар – бұл компанияның әр дайым гүлденуі мен өсуіне апаратын жол. Бизнесінің жаңа түрлерін жасай отырып, кәсіпкерлер қаржыландырудың жаңа көздерін тауып отырады.

Инновациялық саясат өндіруші бөлімдер қызметін тұтынушылардың талабына сай қанағаттанарлық өнім өндіруге, фирманың экономикалық әлеуетін күшейту қамтамасыз ететін өндіріс бөлімшелерінің қызметін бағыттайды.

Инновациялық саясат басты үш бағытта жүзеге асырылады:

- Жаңа өнім өндіруге мамандану;
- Жаңа өнімнің тез техникалық жаңаруына бейімделу;
- Дәстүрлі, жаңа емес, бірақ басқа нарықта қажетті өнімдерді шығаруға бағыт алу.

Инновациялық саясатты реттеу келесідей мәселелерді шешуге көмектеседі:

2. Инновациялық стратегия – инновациялық мақсаттарға жетудің жан – жақты, кешенді жоспары. Стратегиялар келесідей бағыттарда қаралуы мүмкін:

Технологиялық қолбасшы стратегиясы технологиялық жаңалықтардың тұрақты түрде әзірленетіндігімен сипатталады. Негізгі дәлелдеме болып өнімді нарықты толық қамтуға және шығындарды азайтуға басқа жаңашылдықтар үшін үлгі ретінде қабылдау саналады.

Көшбасшының соңынан жүру стратегиясы жауап қату сипатындағы, яғни сыртқы ортаның өзгерісіне бейімделуді қамтиды. Бұл жердегі пайда нарықта танылып үлгірген өнімдерге баса назар аударуға болатындығында жатыр.

Әртараптандыру стратегиясы әртүрлі салаларда кешенді инновацияларды дамытуды: ескі өнімді жетілдіруді; технологияның, маркетингтің, қаржылардың, тауар сатудың, ұйымдастырудың жаңаша түрлендірілген қатарын кеңейтуді және басқа салаларда баға саясатын қалыптастырудың жаңа ұстанымдарды мен әдістерін пайдалануды, имиджді өзгертуді, нарықтың жаңа сегменттерін құруды қамтиды.

Ұқсату стратегиясы танымал технологияларды пайдалануға және оны нарық үшін дамытуға негізделеді. Кейбір бәсекелес стратегиялардың айқын көрініп тұрған инновациялық сипаты бар. Оларға төмендегілер жатады:

Виоленттік стратегиясы - қымбат емес, бірақ сапалы (арзан, бірақ тәп-тәуір) тауарларды жаппай шығару есебінен өндіріс шығындарын азайтуға бағытталады.

Имидж [ағылш. image < лат. imago - бейне, түр-келбет] 1) айналадағы адамдардың белгілі бір адам туралы көзқарастарының жиынтығы, оның сыртқы түр-келбеті мен мәнерлерін қоса алғанда, басқаларға көрінетін психологиялық бейнесі; 2) жарнама жасау, танымалдыққа жеткізу мақсатына сай жасалған: тұлғаның, құбылыстың немесе заттың эмоциялық-психологиялық әсер туғызуға бағытталған бейнесі

Пациенттік стратегия тұтынушылардың шектеулі тобына өте жоғары сапалы, қымбат өнімнің (қымбат, бірақ тым жақсы) шектеулі санын шығаруға бағытталады.

Коммутанттық стратегияны шағын кәсіпорындар іске асырады. Бұны нарықтың көлемі жағынан шағын қажеттіліктерін қанағаттандыруға бейімдеушілік деп түсіну керек (дәл сіздің қиындықтарыңызды шешіп жатқанымыз үшін, сіз қосымша ақы төлейсіз).

Эксплеренттік стратегия түпкілікті жаңа енгізілімдерге бағытталған; олар нарықтың алғашқы ізашаралары (егер іске асып жатса жақсырақ және арзанырақ) болып саналады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының Заңы Индустриялық-инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы (2014.13.01. берілген өзгерістер мен толықтырулармен)
2. Қазақстан Республикасының патент заңы 1999 ж. 16 шілдедегі № 427-І Қазақстан Республикасының Заңы (2012.10.07. берілген өзгерістер мен толықтырулармен)
3. Соттардың авторлық құқық және сабақтас құқықтарды қорғау жөніндегі кейбір заң нормаларын қолдануы туралы Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының 2007 жылғы 25 желтоқсандағы № 11 Нормативтік Қаулысы
4. Қазақстан Республикасының Индустриялық-инновациялық дамуының 2003-2015 жылдарға арналған стратегиясы туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2003 жылғы 17 мамырдағы № 1096 Жарлығы
5. Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама ҚР Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 958 Жарлығы (өзгеріс енгізілді - ҚР Президентінің 01.08.2013 № 607 Жарлығымен).
6. Әлинов М.Ш. Инновациялық менеджмент: Оқу құралы. Алматы: «Бастау» басп., 2012
7. Абдыгаппарова С. Инновационный менеджмент – Алматы: Экономика, 2003
8. Абдыгаппарова С. Инновационный потенциал Казахстана: механизмы активизации – Алматы: Экономика, 2001
9. Афонин И. Инновационный менеджмент: учебное пособие – Москва: Гардарики, 2005
10. Балабанов И. Инновационный менеджмент – СПб: Питер, 2001
11. Барлыбаева Н. Национальная инновационная система Казахстана: перспективы и механизм развития – Алматы, 2006
12. Бердалиев К.Б. бастамасымен авторлық ұжым. Инновациялық менеджмент: Оқу құралы. Алматы: Экономика, 2010
13. Борис Санто. Инновация как средство экономического развития – М: Прогресс, 1990
14. Гунин Г. Управление инновациями, 2002
15. Ильенкова С. Инновационный менеджмент – М.: Банки и биржи, 1992
16. Купешова С.Т. Инновациялық менеджмент: Оқу құралы. Алматы: ЖСШ РПБК «Дәуір», 2011
17. Нарисбаев К. Инновационный менеджмент – Алматы, 1998
18. Фатхутдинов Р. Инновационный менеджмент – СПб: Питер, 2003
19. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают – М.: Прогресс, 1987
20. Швандар В. Инновационный менеджмент: учебник – Москва: ВЗФЭИ, 2006
21. Шумпетер Й. Теория экономического развития – М.: Прогресс, 1982

Білімді бағалау

7.1 Бақылау түрлері. Аудиториялық сабақтар өткізу барысында ағымдық бақылау жүргізу, СОӨЖ және СӨЖ тапсырмаларын орындаудың сапасын тексеру, жазбаша есеп тапсырмаларын орындау мен ауызша түрде екі аралық бақылау өткізу жоспарланды. Қорытынды бақылау емтихан түрінде алынады.

Бақылау формалары

Ағымдық бақылау -**20%**

СОӨЖ мен СӨЖ тексеру -**20%**

Аралық бақылау Зерттеу жұмысы -**10%**

Тестілеу -**10%**

Қорытынды бақылау -**40%**

Оқу пәнінің саясаты.

Білім деңгейінің жиынтық бағасы магистранттерге пәнді оқу барысында қойылған әкімшілік талаптарды (кешігу, келмеушілік, аудиториядағы тәртібі, кредит жөніндегі ойталқыдағы белсенділігі, тапсырманы уақытысында өткізбеуі, емтиханға қатыспау) ескере отырып қойылады.

Менеджмент	Әлеуметтік-экономикалық процесстерді басқарудың ғылымы және тәжірибесі
Маркетинг	Нарықты комплексті талдау негізінде кәсіпорын өндірістік-өткізім қызметті басқарудың қазіргі жүйесі
Болжау	Белгілі құбылыстың нақты перспективаларын арнайы ғылыми зерттеу
Жоспарлау	Экономикалық және әлеуметтік дамудың жоспарларды және оларды орындау барысында практикалық іс-шараларды құрастыру
Ұйым	Бірлесіп мақсатты немесе бағдарламаны іске асыратын және белгілі тәртіп негізінде жұмыс істейтін адамдар бірлестігі
Инноватика	Жаңашылдықтар туралы ғылым
Инновация	Жаңашылдық, жаңашылдықты еңгізу процессі, басқа объекттерде жаңашылдықты көп мәрте пайдаланудың арқасында оның мүмкіндіктерін қолдану
Новация	Жаңашылдық, ғылыми және ғылыми-техникалық қызметтің нәтижесі
Нәтижелілік	Белгілі жұмысты орындау дәрежесі
Тиімділік	Нәтижеге жету дәрежесі
Ғылыми-техникалық прогресс	Ғылым мен техниканың бірлесіп дамуы
Н.Кондратьев циклдары	Базалық жаңашылдықтан басталатын көп деген ашылатын жаңалықтар; соңғы 20 жылда өзінің максимума жететін 50-жылдық технологиялық кезең
Жаңашылдықтың өмірлік циклы	Идея пайда болатын кезеңнен бастап жаңашылдық жойылатынға дейінгі уақыт
Тауар өмірлік циклы	Тауардың пайда болып оның нарықтан кету кезеңі
Тауар	Айырбас (сату) мақсатында өндірілетін еңбек өнімі
Фундаменталды ғылыми зерттеу	Қоғам мен табиғат дамудың негізгі заңнамалықтары туралы жаңа білім алуға бағытталған теориялық және эксперименталды қызмет
Ғылыми орталық	Әр түрлі ғылыми және басқа да ұжымдардың бірлесуі негізінде ғылыми зерттеуді ұйымдастыру түрі
Тәуекелділік фирма	Тәуекелділік инвестициялармен айналысатын коммерциялық ұйым

Лицензия	Ұрықсат беру - Экспорттық немесе импорттық лицензия; сыртқы сауда операцияларын жүргізу үшін мемлекеттік органдармен беріледі - Техникалық жетістікті қолдану үшін патент иесіне берілетін лицензия - Белгілі қызметті жүргізу үшін берілетін лицензия
Өнімдік инновация	Өнімнің сапалық белгілерін өзгерту
Ұйымдастырушылық инновации	Кәсіпорын жұмысын ұйымдастыру жағынан жетілдіру
Экономикалық инновациялар	Кәсіпорын қызметінің қаржы, төлем және бухгалтерлік сфераларында жағымды өзгерістері
Әлеуметтік инновациялар	Кәсіпорын өндірістік емес қызметіндегі инновациялар (жұмыскерлер өмірінің әлеуметтік шаралары, мәдени қызмет, бос уақытты ұйымдастару)
Инновациялық процесс	Идея туылғаннан бастап бір жаңалықтың екінші жаңалықпен ауысуына дейін жаңалықтың өмір циклінің кезеңдері
Коммерциализация	Өндіріске жаңалықтың еңгізу және оны нарыққа шығару процесі
Инновацияның өмір циклы	Идея ретінде туылған жаңалықты өндіру, тарату уақыттан бастап басқа жаңалықтың коммерциализациясына дейінгі уақыт мерзімі
Жаңалықты өндіру	Жаңа өнімді өндіріске еңгізу кезеңі
Өсу кезеңі	Өндіріс көлемін күшейту
Төмендеу кезеңі	Басқа жаңалықты пайда болуына байланысты жаңалықты өндірістен алу
Инновация диффузиясы	Басқа объекттерде жаңалықты көп мәрте қайталау
Инновациялық жоба	- Жаңалықты өндіру үшін негізгі құжаттар жүйесі - Инновациялық процессті қамтитын іс-шаралар жиынтығы
Инвестициялық жоба	Белгілі кәсіпорынға ақшалай қаражатты салу, ұзақ мерзімді қаржыландыру жоспары
Инновациялық паг	Жаңалықтың пайда болып оның инновацияға ауысуына дейінгі мерзім