

# **Оглавление**

<b>Предисловие .....</b>	<b>6</b>
<b>Раздел I. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>	
<b>Глава 1. Инновационная экосистема .....</b>	<b>13</b>
1.1. Понятие инновационной экосистемы .....	13
1.2. Важнейшие элементы инновационной экосистемы.....	19
1.3. Развитие малого и среднего предпринимательства как базы инновационной экосистемы .....	23
1.4. Роль бизнес-инкубаторов и технопарков в развитии инновационного предпринимательства .....	39
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	44
<b>Глава 2. Методология инновационного менеджмента .....</b>	<b>45</b>
2.1. Введение в инновационный менеджмент .....	45
2.2. Классификация инноваций .....	48
2.3. Предпосылки инновационной деятельности .....	57
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	64
<b>Глава 3. Стратегическое планирование инноваций .....</b>	<b>66</b>
3.1. Сущность и содержание планирования инновационной деятельности .....	66
3.2. Виды инновационных стратегий .....	68
3.3. Диверсификация деятельности и стратегии роста.....	74
3.4. Конкурентные инновационные стратегии.....	79
3.5. Бизнес-планирование: содержание и формы .....	84
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	89
<b>Глава 4. Организационные формы реализации инноваций .....</b>	<b>91</b>
4.1. Принципы организации инновационной деятельности .....	91
4.2. Организация управления инновационными проектами .....	94
4.3. Эффективность инновационных проектов .....	100
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	103
<b>Глава 5. Человеческий фактор в инновационной деятельности.....</b>	<b>104</b>
5.1. Роль руководителя в процессе инноваций .....	104

5.2. Стимулирование инновативности низового звена управления и служащих .....	108
5.3. Сопротивление инновациям .....	109
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	114

## **Раздел II. ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

<b>Глава 6. Современная концепция маркетинга .....</b>	<b>119</b>
6.1. Понятие и сущность маркетинга.....	119
6.2. Эволюция концепций управления и современный маркетинг .....	121
6.3. Этапы маркетинговой деятельности .....	129
6.4. Организация маркетинговой деятельности .....	130
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	133
<b>Глава 7. Маркетинг нового товара.....</b>	<b>134</b>
7.1. Маркетинговые исследования и разработка концепции нового продукта .....	134
7.2. Определение целевого рынка.....	156
7.3. Разработка комплекса маркетинга по новому продукту .....	163
7.4. Тестирование нового продукта.....	188
7.5. Причины провала новой продукции .....	191
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	193
<b>Глава 8. Инновации и жизненный цикл товара .....</b>	<b>195</b>
8.1. Управление жизненным циклом товара .....	195
8.2. Репозиционирование .....	201
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	206
<b>Практикум .....</b>	<b>207</b>
Практические задания.....	207
Кейсы.....	218
1. Комбат .....	218
2. Кованая мебель .....	220
3. ОАО «Елочка» – стратегия инновативного роста.....	223
4. «Тейстиз» – принятие решения об открытии ресторана.....	228
5. 3М – как стимулировать инновативность и творчество у служащих.....	230
6. <i>Humane Manufacturing</i> – факторы успеха инноваций малых фирм .....	233
7. Суперкрем .....	236
8. Дружелюбный лазер .....	246
9. Вырастим Чемпиону? .....	253
10. <i>Wal-Mart</i> – инновации или консерватизм .....	263
11. Ребрендинг <i>Philips</i> .....	265
12. <i>NEO</i> – стратегия «новый товар – новый сегмент» .....	271

13. «Лаборатория Касперского» .....	278
14. Торговый дом <i>SC</i> – новая стратегия развития.....	282
15. Флористический салон <i>WRConcept</i> – может ли прекрасное быть выгодным.....	286
<b>Лабораторная работа «Сравнительный анализ американской и китайской моделей построения инновационной экосистемы».....</b>	<b>291</b>
<b>Итоговые тесты по курсу «Инновационный менеджмент» ....</b>	<b>309</b>
<b>Литература .....</b>	<b>316</b>
<b>Глоссарий .....</b>	<b>321</b>
<b>Об авторах.....</b>	<b>326</b>