

Дивненко Ольга Владимировна

канд. пед. наук, доцент, профессор

НОУ ВПО «Национальный институт бизнеса»

г. Москва

НЕКОТОРЫЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОМУ ОСВОЕНИЮ БУДУЩИМИ МЕНЕДЖЕРАМИ ОСНОВ «ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

***Аннотация:** в данной статье рассматривается проблема системного подхода к изучению будущими бакалаврами-менеджерами «Инновационного менеджмента». Автором дается определение понятиям «идея», «новшество», «нововведение», «инновация». В заключении статьи подводятся итоги проведенному исследованию.*

***Ключевые слова:** инновационный менеджмент, идея, новшество, инновация.*

Для системного подхода к изучению будущими бакалаврами-менеджерами «Инновационного менеджмента» необходимо определить основные понятия, которыми будут пользоваться обучающиеся в рамках всего курса.

Прежде всего, это – «идея», «новшество», «нововведение», «инновация».

В результате коллективного обсуждения выстраивается рисунок «Пирамида пути от идеи до инновации».

При этом ключевое, сутевое значение термина «идея» заключается в том, что идея не материальная, а идеальная, духовная субстанция. Идея «заклучена» в недрах головного мозга человека и пока она не будет обозначена, не будет описана, никто (кроме автора) не узнает о ее существовании.

В рамках инновационного менеджмента существует два основных подхода к определению идеи – относительно *создания* и относительно *реализации* инноваций.

При этом заметим, что создание идеи имеет отношение к ее создателю, то есть новатору.

Реализация идеи имеет отношение к тому, кто ее внедряет в жизнь, то есть к инноватору. Менеджер, включенный в инновационный менеджмент, как раз, и является инноватором.

Однако, если менеджер сам является создателем идеи, то, безусловно, мы можем назвать его новатором.

Таким образом, инновационная идея (направленная на создание инноваций) – это гипотеза альтернативного способа решения задачи (научной, научно-технической, производственной, маркетинговой, логической, какой – либо другой). Идеи позволяют создать что-то новое в различных сферах жизнедеятельности. Именно данный вид идеи лежит в основе пирамиды.

Над первым уровнем пирамиды (идеей) помещается второй уровень – новшество.

Новшество – это уже материальная субстанция. Это научное знание, обладающее новыми или существенно отличающимися от существующих решениями.

Новшества могут оформляться в виде открытий, изобретений, патентов, товарных знаков, рационализаторских предложений, документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс, организационной, производственной или другой структуры, ноу-хау, понятий, научных подходов или принципов, документа (стандарта, рекомендаций, методики, инструкции), результатов маркетинговых исследований.

Новшество имеет автора, который смог не только описать идею, но и воплотить ее в жизнь. Порой для этого требуются годы исследований, экспериментов, неудач и побед. Однако, аспект полезности, эффективности, который необходим для развития и прогресса требует, чтобы новшество было введено в практику и применялось не только автором.

Поэтому следующая ступень – это нововведение. Нововведения – это процесс внедрения новшества, которое может представлять, как достижения науки, техники, экономики, управления, других сфер жизнедеятельности.

Нововведение – это процесс создания, распространения и использования нового практического средства (собственно новшества) для новой или лучшего удовлетворения уже существующей общественной потребности; это процесс сопряженных с данным новшеством изменений в социальном и материальном среде, в котором происходит его жизненный цикл.

Однако заметим, что не любое нововведение превратится в инновацию. Инновацией не является то новое, что вызывает изменение старого естественным, закономерным путем. Нововведениями нельзя считать и многочисленные усовершенствования, постоянно вносит в свою жизнь каждый человек, но которые не имеют существенной новизны. Потенциальным нововведением является новая идея, которая пока не внедряется.

Следующей и последней ступенью в рассматриваемом нами процессе является (вслед за нововведением) инновация.

Таким образом, инновации – это новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок.

Инновация является конечным результатом основанной на использовании достижений науки и передового опыта деятельности по реализации нового или усовершенствованию реализуемого на рынке продукта, технологического процесса и организационно-технических мероприятий, используемых в практической деятельности.

На основании структурированных знаний по основным понятиям курса выстраивается ряд практических и самостоятельных заданий для обучающихся.

Важным условием реализации учебной программы для обучающихся является подготовка практического задания, которое носит название «Инновационная история».

Будущий бакалавр должен подготовить одну инновационную историю (реальную) о том, как идея превратилась в новшество, затем в нововведение, затем в инновацию.

Инновацию можно выбирать любую – открытие в производстве, науке, различных отраслях (например, космонавтика, машиностроение; информационные технологии; методика преподавания; социальные технологии; новые услуги; музыкальные стили; модные тенденции (то есть то, что интересно конкретному студенту)).

План инновационной истории, каждый пункт которого транслируется в слайд мультимедийной презентации:

1. Автор идеи, основные биографические данные, анализ (краткий) условий, в которых развивался автор инновации.
2. Как появилась идея. Причины создания идеи. Что подтолкнуло (натолкнуло) к появлению идеи.
3. Как создавалось новшество – какие были трудности, особенности, кто помогал.
4. Сколько лет длился инновационный лаг (период от появления новшества до инновации, то есть внедрения в массовое производство).
5. Какими особенностями отличалось нововведение (управленческие, внедренческие, ресурсные, исторические, другие).
6. Особенности инновации (по признакам и типам).
7. Патентные условия (владел ли автор идеи патентом на свое изобретение, да-нет, почему).
8. Особенности управления внедрением новшества.
9. Особенности массового производства (использования).
10. Вклад создателя идеи и самой инновации в прогресс человечества (страны, отрасли).
11. Особенности взаимодействия с новатором (особенности руководства таким человеком, особенности создания ему условий, другие особенности, риски при работе с таким человеком).

12. Современный этап развития данной инновации

Как показывает практика преподавания «Инновационного менеджмента», если обучающийся самостоятельно выбирает предмет инновационной истории, то работа над мультимедийной презентацией, поиск материала и публичное представление данного задания становится интересным и содержательным, позволяет более глубоко и продуманно анализировать учебный материал.

Достаточно часто молодые люди выбирают темы, связанные с оружием, техникой, космонавтикой, музыкой; девушки предпочитают изучать историю парфюмерии, моды, детских и женских товаров.

Подготовка инновационной истории является обязательным условием сдачи экзамена.

Список литературы

1. Дивненко О.В. Основы инновационного менеджмента / О.В. Дивненко. – М.: НИБ, 2012.