

Иноватика

Выполнила ст.гр.ИН-11
Когтева Инна

2014

Инноватика

Инноватика - комплексная, междисциплинарная область знаний об инновациях, наука о возникновении, производстве и распространении практических новшеств, о содержании, условиях и результатах этих процессов.

Основные направления

- 1) понимание истории инноватики, ее становления за рубежом и в России;
- 2) исходные, базовые теоретические положения, методология и методика инновационной деятельности;
- 3) неопределенности и риски в инновациях, пути их снижения;
- 4) инновационный опыт российских предприятий, фирм;
- 5) венчурное предпринимательство и проблемы становления национальной инновационной системы в России.

Йозеф Шумпетер

В 1911 году Йозеф Шумпетер предложил более общую концепцию инновационного предпринимательства. В конце 1930-х годов он ввел различие базовых инноваций и инноваций-следствий (Basisinnovationen und Folgentinnovationen). Это стало важным шагом в становлении теории инноваций.



Инновация, нововведение — это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, процесса, открытий, изобретений и рационализации.

Инновация

Инновация, нововведение — это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, процесса, открытий, изобретений и рационализации.

Виды инноваций

- Технологические — получение нового или эффективного производства имеющегося продукта, изделия, техники, новые или усовершенствованные технологические процессы.
- Социальные (процессные) — процесс обновления сфер жизни человека в реорганизации социума (педагогика, система управления, благотворительность, обслуживание, организация процесса).
- Продуктовые — создание продуктов с новыми и полезными свойствами.
- Организационные — совершенствование системы менеджмента
- Маркетинговые — реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

В настоящее время российское общество ориентируется на инновационный путь развития. Возрастает экономически, социально и политически мотивированный спрос на продуктные, технологические и иные инновации. Следовательно, растет и спрос на специалистов в области инноватики. Прежде всего на подготовку таких специалистов в системе высшего образования.

Основы инноватики можно представить в виде нескольких исходных положений.

Во-первых, принимается базовое определение инновации как процесса создания, распространения и использования новшества для удовлетворения новой или для лучшего удовлетворения прежней потребности людей; его новизна удостоверяется патентом или иным видом государственной лицензии.

Во-вторых, инновационный процесс рассматривается как циклический, основной формой которого является расширенное воспроизводство. Вместе с тем его экономическая и иная эффективность реализуется во взаимодействии с его средой и зависит от стадии его жизненного цикла инновационная стратегия фирмы выстраивается как последовательная смена реализуемых инноваций новыми, более конкурентоспособными.

В-третьих, формирование современной инновационной стратегии фирмы и успешная реализация конкретных инноваций во многом зависят от ключевой фигуры инновационных процессов — менеджера по управлению инновациями, от его профессиональной подготовки и успешного использования методов такого управления.

Вывод

Сегодня России требуется множество специалистов по инноватике; пришло время широкой их подготовки в вузах, а также время инновационной переподготовки специалистов других областей знания путем овладения основами и методами инноватики.

Спасибо за внимание