«Утверждаю»

Декан экономического факультета
МГУ имени М.В.Ломоносова

_____ проф.А.А.Аузан
«29» июня 2018г.

Рабочая программа дисциплины

1. Наименование дисциплины – **Модуль по подготовке к кандидатскому экзамену по специальности «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)»**
2. Уровень высшего образования – **Подготовка научно-педагогических кадров в аспирантуре**
3. Направление подготовки, направленность:

   38.06.01. «Экономика».

   Направленность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством(управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)».
4. Место дисциплины в структуре ОПОП, общее количество зачетных единиц: **относится к вариативной части ОПОП, обязательна для освоения в 3 семестре второго года обучения, 6 з.е.**
5. **Планируемые результаты обучения по дисциплине**, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников) в соответствии с Картами компетенций выпускников программ аспирантуры МГУ

Формируемые компетенции (код компетенции)	**Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций**
УК -1 Способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях	*В1 (УК-1) Владеть* навыками анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	В2 (УК-1) Владеть навыками критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях
УК-2: Способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки	*В1(УК-2) Владеть* навыками анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в науке на современном этапе ее развития
УК-3: Готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач	*В1(УК-3) Владеть* навыками анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах
ОПК-1: способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий	*В1 (ОПК-1) Владеть* современными методами, инструментами и технологией научно-исследовательской и проектной деятельности в определенных областях экономической науки
	У2 (ОПК-1) Уметь обобщать и систематизировать передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйственной практики
	З1 (ОПК-1) Знать основной круг проблем (задач), встречающихся в избранной сфере научной деятельности, и основные способы (методы, алгоритмы) их решения
	З2 (ОПК-1) Знать основные источники и методы поиска научной информации

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК-1: Владение методологией теоретических и экспериментальных исследований в области научной специальности (направленности образовательной программы)	*31 (ПК-1) Знать* теоретические основания, актуальные проблемы и тенденции развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности
	32 (ПК-1) Знать результаты новейших исследований и публикации в ведущих профессиональных журналах в выбранной сфере специализации
ПК-3: Способность адаптировать и обобщать результаты современных экономических исследований для целей преподавания экономических дисциплин в высших учебных заведениях	*31 (ПК-3) Знать* современное состояние области знаний, соответствующей преподаваемым дисциплинам
ПК-4: способность адаптировать результаты современных	*31 (ПК-4)* Знать актуальные проблемы и тенденции развития соответствующей научной области и области профессиональной
экономических исследований для целей решения экономических проблем, возникающих в деятельности организаций и государственной политики	деятельности
ПК-5: способность использовать результаты исследований, знание закономерностей и тенденций развития для совершенствования организационно-экономических механизмов, методов управления, разработки стратегий деятельности предприятий, организаций, комплексов отраслей	*31 (ПК-5)* Знать Основные подходы к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне

6. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

Объем дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц, всего 216 часов, из которых 108 часов составляет контактная работа аспиранта с преподавателем (48 часов занятия лекционного типа, 4 часа занятия семинарского типа (семинары, научно-практические занятия, лабораторные работы и т.п.), включая 4 часа мероприятия промежуточной аттестации с оценкой); 52 часа индивидуальные консультации, 4 часа групповые консультации; 108 часов составляет самостоятельная работа аспиранта.

7. **Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия:**

Для успешного освоения данного курса(модуля) от аспиранта требуются навыки и знания, соответствующие программе вступительного экзамена в аспирантуру экономического факультета по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)».
Дисциплины: Современные методы исследования и преподавания, Иностранный язык.

8. **Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий**

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе								
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них :						Самостоятельная работа обучающегося, часы из них :		
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Промежуточная аттестация	Всего	Выполнение домашних заданий	Подготовка рефератов, эссе и т.п.	Всего
РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ **Тема 1.1. Инновации и инновационная деятельность** Экономическое содержание инновации. Виды инноваций. Основные их источники. Содержание инновационной деятельности. Мировые тенденции развития инновационной деятельности. Состояние инновационной деятельности в России. Показатели результативности инновационной деятельности. Инновационные циклы. Основные факторы активизации инновационной деятельности. Механизмы регулирования инновационной деятельности в различных хозяйственных системах. Инновационный тип развития экономических систем. Основы методологии перехода экономик разного уровня на инновационный тип развития. Критерии разграничения типов развития. Соотношение понятия инновационного типа развития с категориями экстенсивного и интенсивного типов развития. Объективность перехода экономик на инновационный тип развития и ее обоснование. Основные признаки инновационного типа. Факторы инновационного типа развития.	8	2			2		4	1	3	4

Тема 1.2. Государственная научно-техническая политика Исходные теоретико-методологические положения и принципы выработки и реализации научно-технической политики (НТП). Цели и задачи государственной научно-технической политики. Основные направления и приоритеты государственной НТП в период экономической трансформации. Методика выбора приоритетов. Механизм выработки и реализации научно-технической политик и ее ресурсное обеспечение. Институциональная перестройка научно-технической деятельности. Национальная инновационная система. Содержание, основные разновидности государственной инновационной политики и ее связь с государственной научно-технической политикой. Основные цели и задачи государственной инновационной политики. Понятие и стратегия развития инновационной сферы. Механизм выработки и реализации инновационной политик и ее ресурсное обеспечение. Инновационная политика в отдельных отраслях экономики, в том числе промышленности. Приоритеты инновационной политики и ее результативность. Программно-целевой метод в реализации государственной инновационной политики. Федеральные целевые программы (ФЦП). Государственная поддержка создания и развития высокотехнологичных производств. Институциональная перестройка инновационной сферы.	8	2			2		4	1	3	4
Тема 1.3. Инновационная инфраструктура Понятие и основные компоненты современной инновационной инфраструктуры в макроэкономике и экономиках субъектах Российской Федерации. Основные задачи инновационной инфраструктуры и нормативно-правовые основы их решения в России. Основные источники финансового обеспечения полноценного результативного функционирования инновационной инфраструктуры.	8	2			2		4	1	3	4

Тема 1.4. Венчурное финансирование инноваций, формирование и развитие национальной венчурной системы. Источники финансирования инновационной деятельности Содержание процесса венчурного инвестирования. Методология образования и функционирования венчурного капитала. Анализ отечественной и зарубежной практики венчурного инвестирования инновационного развития. Основные эффекты воздействия венчурного капитала на общественное воспроизводство. Структура и основные направления формирования национальной системы венчурного инвестирования. Задачи и механизм государственного воздействия на развитие системы высокорискового инвестирования. Особенности современного рынка венчурного капитала. Инновационные риски венчурного капитала и управление ими.	10	2			4		6	1	3	4
Тема 1.5. Малое инновационное предпринимательство Экономическое содержание инновационного предпринимательства и состояния его развития в экономике. Соотношение малого и крупного инновационного предпринимательства, их противоречия и объективная взаимозависимость. Основные источники инноваций и инвестиционного обеспечения малого инновационного предпринимательства в России. Механизм государственной поддержки (на федеральном и региональном уровнях) развития малого инновационного предпринимательства.	8	2			2		4	1	3	4
Тема 1.6. Теория и практика современной интеграции науки, образования, производства и рынка Исходные теоретические и методологические постулаты интеграционных процессов между сферами науки, образования, производственной сферой и рынком. Интеграция науки и образования. Методы и механизмы интеграции вузовской науки в национальную инновационную систему и мировой инновационный процесс.	8	2			2		4	1	3	4

Методы и формы коммерциализации вузовских инноваций в малых инновационных предприятиях. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: проблемы и пути решения. Интеллектуальная собственность и пути ее реализации. Рыночный и государственный механизм развития интеграционных процессов. Основные признаки полноценного развитой интеграции науки, образования, производства и рынка. Пути повышения эффективности. использования результатов научной и научно-технической деятельности. Особенности и проблемы формирования малых инновационных предприятий на базе бюджетных научных и учебных организаций.										
Тема 1.7. Основные современные организационные структуры инновационной деятельности Концепция реформирования российской науки и ее основные организационно-экономические формы. Реструктуризация сети научных организаций России. Государственные научные центры, организационные формы вузовской науки, наукограды России. Инновационные корпорации и особенности их становления в условиях экономической трансформации. Научные, научно-технологические и инновационные центры и парки различной организационно-правовой формы. Роль малого предпринимательства в научно-технической и инновационной сферах.	3							1	2	3
Тема 1.8. Интеллектуальная собственность и ее роль в развитии инновационной и инвестиционной деятельности Содержание и виды интеллектуальной собственности, их особенности. Патенты и технологическое развитие. Роль интеллектуальной собственности в развитии инновационной и инвестиционной активности хозяйственных систем.	10	4			2		6	1	3	4

Нормативно-правовая база, ее создания и использования. Авторское право и смежные права. Экономические формы и методы влияния государства на умножение и эффективное использование интеллектуальной собственности. Международное сотрудничество в области интеллектуальной собственности.										
Тема 1.9. Роль инноваций и рыночные механизмы активизации научно-технической и инновационной деятельности Особенности рынков инноваций и основные рыночные механизмы активизации научно-технической и инновационной деятельности хозяйственных систем. Рынок технологий. Конкуренция и монополизация в научно-технической и инновационной деятельности. Конкурентоспособность инноваций и экономики. Методы оценки конкурентоспособности инновационного товара и экономики. Мировой рынок наукоемкой продукции и его роль в развитии мирового хозяйства, а также влияние на динамику национальных экономик. Оптимизация рыночной самоорганизации и государственного воздействия на эффективное функционирование рынков инноваций.	3							1	2	3
Тема 1.10. Межрегиональное научно-техническое и инновационное взаимодействие Современные особенности региональной научно-технической инновационной политики, неравномерность размещения научно-технического потенциала по регионам и политика выравнивания инновационного развития территорий. Методологические основы межрегионального научно-технического и инновационного сотрудничества в условиях экономической трансформации. Механизм регулирования межрегиональной научно-технической и инновационной деятельности, ресурсное обеспечение развития	2							1	1	2

научно-технических и инновационных связей регионов.										
Всего по разделу «Управление инновациями»	**68**	**16**			**16**		**32**	**10**	**26**	**36**
РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА										
Тема 2.1. Развитие методологии и теории предпринимательства Понятие предпринимательства как экономической категории. Определение сущности предпринимательства. Основные определения («предпринимательство», «бизнес», «предпринимательские методы»). Субъекты предпринимательства («предпринимательские структуры», «предпринимательская организация», «фирма»). Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности, основная предпринимательская структура. Роль и место фирмы (предприятия, организации) в системе предпринимательства. Классификация предпринимательских структур по виду хозяйственной деятельности, формам собственности, масштабам деятельности. Формирование и развитие благоприятной предпринимательской среды. Понятие и основные характеристики внешней среды функционирования фирмы: взаимозависимость факторов, сложность, подвижность и неопределенность. Фирма как целостность, состоящая из взаимозависимых частей. Подсистемы фирмы, их взаимосвязь с внешней средой. Основные факторы внешней среды Динамичные изменения внешних условий в рыночном хозяйстве, необходимость их оперативного учета в управлении фирмой. Среда прямого воздействия, Факторы, непосредственно влияющие на функционирование фирмы. Основные факторы косвенного воздействия: экономические, демографические, природные, научно-технические, политические, социокультурные. Законодательная база развития предпринимательской инициативы.	11	2			4		4	2	5	7

Факторы международной среды. Глобализация хозяйственной деятельности и формирование новых интегрированных структур организации бизнеса. Влияние изменений факторов внешней среды на экономическое поведение фирмы и эффективность ее функционирования. Хозяйственный климат и его основные параметры.										
Тема 2.2. Прогнозирование будущих изменений тенденций развития современного предпринимательства Параметры новой экономики и их отражение в эволюции предпринимательства. Цифровая экономика и её влияние на трансформацию форм предпринимательства. Минимизация трансакционных издержек и ее влияние на формирование тенденций развития современного предпринимательства. Характерные сдвиги в структуре активов фирм новой экономики и их влияние на эволюцию предпринимательства.	8	2			2		4	1	3	4
Тема 2.3. Становление и развитие форм предпринимательства: организационно-правовых; по масштабу предпринимательской деятельности (малое, среднее, крупное предпринимательство); по сферам предпринимательской деятельности (производства, обмена, финансовой и др.) и т.д. Основные организационно-правовые формы предпринимательских структур, предусмотренные Гражданским кодексом Российской Федерации. Отношения собственности в предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Формы индивидуального частного предпринимательства. Формы коллективного предпринимательства. История развития форм предпринимательства. Общность и различие товариществ и обществ, в том числе акционерных обществ. Товарищества. Хозяйственные общества. Акционеры общества. Акционерная форма хозяйствования, Общее и различия между публичными и непубличными акционерными обществами. Уставный капитал. Виды акций.	8	2			2		4	1	3	4

Унитарные предприятия. Производственный кооператив. Факторы, определяющие выбор оптимальной формы для ведения предпринимательской деятельности. Обоснование выбора наиболее эффективной организационно-правовой формы и сферы деятельности. Малое предпринимательство. Проблема определения понятия «малый бизнес» в нормативно-правовых документах. Критерии отнесения фирм к малому бизнесу в различных отраслях экономики России. Налоговые режимы для малого бизнеса в России: основные характеристики и проблемы выбора. Развитие малого бизнеса в России.										
Тема 2.4. Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности (сущность, принципы, формы, методы); основные направления формирования и развития системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства. Государственное регулирование деятельности предпринимательских структур: формы и методы. Стимулирование производства и торговли. Законодательное обеспечение бизнеса в России: общая характеристика и текущее состояние. Система государственного контроля предпринимательской деятельности в России. Разработка политики развития предпринимательства. Сочетание методов государственного регулирования (на федеральном, региональном и местном уровнях) с рыночным механизмом саморегулирования. Государственная политика в сфере малого предпринимательства.	8	2			2		4	1	3	4
Тема 2.5. Хозяйственный риск в предпринимательской деятельности (сущность, виды, риск-менеджмент); основные направления формирования системы риск – менеджмента в сфере предпринимательства.	8	2			2		4	1	3	4

Понятие риска и неопределенности. Классификация рисков по функциональному воздействию на хозяйственную деятельность фирмы; по характеру учета; по возможности их снижения. Практические методы учета рисков: качественная оценка и количественный анализ рисков. Взаимосвязи риска и дохода предпринимателя. Риск-менеджмент или менеджмент риска: сущность и характеристика объекта управления. Понятие основных инструментов рискменеджмента: диверсификация активов и видов деятельности; лимитирование рискованных сделок; хеджирование; приобретение дополнительной информации.										
Тема 2.6. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности Сущность ресурсного подхода в оценке конкурентоспособности предпринимательских структур. Понятие критически важных ресурсов, обеспечивающих конкурентоспособность фирмы. Критерии ресурсов, обеспечивающих устойчивые конкурентные преимущества в современном предпринимательстве. Ключевые компетенции как результат накопления знаний. Человеческий фактор в бизнесе.	6	2					2	1	3	4
Тема 2.7. Материальные и нематериальные активы в предпринимательской деятельности	4	2			2		4			
Тема 2.8. Затраты и результаты предпринимательской деятельности. Расходы и себестоимость продукции. Виды и состав доходов предпринимательских структур. Результаты предпринимательской деятельности. Факторы, влияющие на финансовые результаты хозяйственной деятельности. Система показателей рентабельности. Анализ и оценка эффективности предпринимательской деятельности. Сущность эффективности бизнеса. Ресурсный подход к оценке эффективности бизнеса и проблемы его практического	7	2			2		4	1	2	3

применения. Понятие эффективности предпринимательской деятельности с позиций концепции добавленной стоимости.										
Тема 2.9. Планирование и прогнозирование предпринимательской деятельности Влияние внешних факторов на выбор целей фирмы. Стратегическое планирование: сущность, содержание, основные этапы. Бизнес-планирование проектов развития фирмы. Бизнес-план как обоснование перспектив развития фирмы. Этапы разработки, структура и содержание основных разделов бизнес-плана: план маркетинга, план производства, организационный план, финансовый план, план исследований и разработок. Балансирование бизнес-плана: критерии, подходы и методы обеспечения.	2				2		2			
Тема 2.10. Организация системы взаимодействия предпринимательских структур крупного и малого предпринимательства, формирование и развитие предпринимательских сетей Организационно-экономическая сущность развития взаимодействия интересов малого и крупного бизнеса. Налоговый фактор и фактор риска как фундаментальная основа взаимодействия малого и крупного бизнеса в современной России. Формы взаимодействия между малым и крупным бизнесом по продвижению своих продуктов на рынке. Лизинг как форма взаимодействия между крупным и малым бизнесом. Франчайзинг как особая форма предпринимательской деятельности. Подрядные отношения крупного и малого бизнеса в России. Network marketing как теоретическая основа трансформации вертикальной интеграции бизнеса в виртуальные корпорации. Перспективы развития сетевых форм взаимодействия предпринимательских структур. Понятие компании интегратора и характеристика ее потенциала.	8				2		2	2	4	6
Всего по разделу «Экономика предпринимательства»	**72**	**16**		**0**	**20**		**36**	**10**	**26**	**36**

РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГ **Тема 3.1. Современные концепции маркетинга** Эволюция концепций маркетинга: основные этапы и теоретические подходы: анализ и классификация. Изменяющаяся роль и новые направления маркетинга в организации: маркетинг партнерских отношений (Relationship), эмпирический маркетинг, латеральный маркетинг и др. Развитие маркетинга в изменяющихся условиях экономики России. Маркетинг как система рыночного управления, развивающаяся форма взаимосвязи производства и потребления. Изменяющаяся макро-маркетинговая среда маркетинга (экономическая ситуация в на мировых и региональных рынках; новейшие технологические инновации и социокультурные изменения; "зеленый маркетинг", социальный маркетинг, маркетинг территорий, концепция глобального маркетинга). Внутренняя среда маркетинга, ориентированная на быстрые рыночные изменения. Маркетинговый комплекс и его новые составляющие. Маркетинговая информационная система. (МИС) Современные методы и аналитическая функция маркетинга на предприятии. Структура МИС в экономике 4.0: система маркетинговых исследований и их информационное обеспечение. Современные методы получения и обработки маркетинговой информации с широким использованием интернет- ресурсов и информационных технологий. Методы прогнозирования и принятия маркетинговых решений в условиях неопределенности рыночной среды. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований. Маркетинг в сетевой организации бизнеса. Классификация сетей и изменения в моделях управления на основе принципов маркетинга. Стратегическое управление: новая парадигма. Новые области деятельности, классификация и критерии отношений контрагентов рыночного взаимодействия.	20	4			4		8		12	12

Тема 3.2. Конкурентоспособность и конкурентные стратегии маркетинга Роль маркетинга в стратегическом управлении. Стратегические решения в маркетинге и их включение в систему стратегического менеджмента компании. Маркетинг и формирование устойчивого конкурентного преимущества на современных российских рынках. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии, формирование маркетингового плана и бюджета. Критерии оценки эффективности маркетинговой стратегии. Формы конкуренции и стратегического поведения предприятия на российском рынке. Функциональные стратегии маркетинга: сегментация, позиционирование и маркетинговый инструментарий. Современные принципы и алгоритмы рыночной сегментации. Подходы к определению базового рынка. Макро- и микросегментационный анализ и его этапы. Создание отличительных преимуществ и разработка стратегии рыночного позиционирования. Маркетинговый план как основа приспособления товара/услуги к выявленным потребностям клиента. Концептуальные подходы к анализу потребительского поведения. Развитие стратегий кастомизации. Анализ конкурентоспособности фирмы и конкурентные стратегии. Поиск устойчивого конкурентного преимущества как направление стратегического маркетинга. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество. Международное конкурентное преимущество. Виды конкурентных стратегий: стратегии лидера, претендентов на лидерство, последователей и "обитателя рыночной ниши". Портфельный анализ бизнеса. Структурный способ оценки СБЕ по направлениям: привлекательность рынка и прочность позиции компании на нем. Преимущества и ограничения портфельного анализа и его практическое применение. Выбор базовой стратегии развития компании и оценка возможностей роста с учетом развития рынков и форм конкуренции.	24	4			8		12		12	12

Приоритеты в системе маркетинговых коммуникаций, формирующейся в России.										
Тема 3.3. Современный инструментарий и система коммуникаций в маркетинге Инструментальные стратегии маркетинга и управления жизненным циклом товара. Современные концепции и методы управления брендом. Инновации и разработка м маркетинг новых товаров. Методологические подходы к разработке позиционирования и вывода нового товара на рынок в экономике 4.0. Ценовая политика в маркетинге. Дифференциация подходов к политике ценообразования в соответствии с маркетинговой концепцией. Стратегии и методы ценообразования, ориентированное на спрос и на конкуренцию. Особенности ценообразования на электронных рынках, динамическое ценообразование. Методы дифференциации цен и стимулирования продаж в современных российских условиях. Управление маркетинговыми каналами и взаимоотношения с поставщиками. Развитие дистрибьюторских и дилерских сетей реализации продукции; маркетинговое управление оптовыми и розничными операциями. Формирование системы персональных продаж. Использование сетевого подхода к исследованию взаимоотношений с поставщиками и каналами распределения в России. Построение коммуникационной системы: поиск эффективных форм взаимодействия. Новые возможности коммуникационной системы и критерии выбора стратегии продвижения товаров. Разработка современного комплекса маркетинговых коммуникаций. Интерактивный маркетинг. Маркетинговые технологии электронной торговли товарами и индивидуализация коммуникационного воздействия.	**20**	**4**			**4**		**8**		**12**	**12**
Традиционная концепция vs. концепция маркетинга XXI век.	**6**		**4**				**6**			

Всего по разделу «Маркетинг»	**68**	**12**	**4**		**16**		**32**		**36**	36
Промежуточная аттестация с оценкой (КАНДИДАТСКИЙ ЭКЗАМЕН) и консультации	**8**			**4**		**4**	**8**			
Итого	**216**	**42**	**4**	**4**	**52**	**4**	**108**	**20**	**88**	**108**

9. Образовательные технологии:

9.1. Дисциплина реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных технологий на базе электронной информационной среды экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «on.econ».

9.2. Процесс планирования проведения учебного модуля сопровождается разработкой Календарно-тематического плана с указанием Ф.И.О. ведущих преподавателей, дат проведения занятий, аудиторий, который представляется в базе электронной информационной среды экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «on.econ» перед началом занятий.

10. Учебно-методические материалы для самостоятельной работы аспирантов

РАЗДЕЛ I. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

Вопросы для обсуждения (перечень)

1. Фундаментальная основа понимания инноваций: инновации-продукты, инновации-процессы.
2. Классификация инноваций исходя из всеобщности категории: технологические и нетехнологические инновации. Классификация технологических инноваций по критериям: глубина вносимых изменений, технологические параметры, новизна для рынка, время выхода на рынок.
3. Концепция«открытых» инноваций (Г.Чезборо, 2003).
4. Концепция «подрывных» инноваций (К.Кристенсен, 2004).
5. Роль организационных инноваций в построении современных бизнес-моделей для генерирования и коммерциализации новых знаний.
6. Концепция технологических укладов (А.И.Анчишкин, С.Ю.Глазьев, Ю.В.Яковец).
7. Основные этапы развития теории инноваций. Современные подходы и тенденции в развитии теории инноваций.
8. Модели инновационного процесса.

9. Инновационная среда как важнейшее условие эффективных инноваций
10. Сущность и структура национальных инновационных систем.
11. Формирование инновационной инфраструктуры.
12. Предпринимательские структуры как основные субъекты инновационной деятельности
13. Малые инновационные предприятия в России.
14. Особенности выведения на рынок инновационных продуктов.
15. Роль интеллектуальной собственности в инновационном предпринимательстве.
16. Этапы жизненного цикла инновационной компании и оптимальные источники финансирования инновационной деятельности на каждом из них.
17. Роль венчурного капитала и венчурного финансирования в развитии инновационных компаний.
18. Государственная инновационная политика: концепция и инструменты
19. Механизм реализации государственной инновационной политики на основе федеральных целевых программ.
20. Современные инструменты государственной инновационной политики в отношении российских вузов.
21. Бизнес-модели компаний в цифровой экономике
22. Новая роль университетов как ключевого фактора инновационного развития.
23. Место венчурного финансирования в структуре финансовых ресурсов компании.
24. Каковы роль и значение интеллектуальной собственности в инновационной экономике?
25. Что понимается под управлением интеллектуальной собственностью в инновационной компании.
26. Подход А.Остервальдера к формализации бизнес-модели:

Примерные темы для рефератов

Виды инновационных стратегий и их применение в крупном, среднем и малом бизнесе в долгосрочной перспективе.
Новые бизнес-модели организации бизнеса.
Механизм реализации государственной инновационной политики на основе федеральных целевых программ.
Основные направления государственной инновационной политики
Индивидуальные венчурные инвесторы и их роль в развитии инновационных компаний
Основные группы потребителей на рынке инновационных продуктов/ по Дж.Муру.
Формирование национальных инновационных систем как важнейшего фактора внешней среды и необходимого условия эффективного инновационного развития компаний крупного и малого бизнеса.
Инновационный потенциал компании.
Линейная модель инновационного процесса и условия ее применения.
Интерактивная модель инновационного процесса и ее основные характеристики.
Сущность и значение концепции «открытых инноваций» для развития инновационного процесса.

Коцепция «тройной спирали».
Венчурный капитал в системе инновационного предпринимательства.
Финансирование инновационной компании на различных стадиях жизненного цикла.

Вопросы к проведению аттестационных испытаний по программе кандидатского экзамена

1. Сущность и свойства инноваций. Инновации как продукт и инновации как процесс. Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».
2. Понятия инновационного процесса, инновационной деятельности, диффузии инноваций. Характеристика субъектов инновационного процесса.
3. Роль предпринимателя в инновационном процессе по Й.Шумпетеру. Предприниматели-инноваторы и предприниматели-консерваторы.
4. Классификация инноваций. Виды инноваций в зависимости от глубины вносимых изменений, технологических параметров, по типу новизны для рынка, по преемственности, по охвату, по времени выхода на рынок.
5. Эпохальные и базисные инновации. Концепция технологических укладов и ее роль в теории инноваций.
6. Модели инновационного процесса в компании. Линейная и интерактивная модели инноваций.
7. Условия и факторы осуществления инноваций. Формирование инновационного потенциала и его структура.
8. Концепция, структура и принципиальные положения национальных инновационных систем.
9. Взаимосвязи государства, науки и бизнеса в современном инновационном процессе. Концепция «Тройной спирали» Г.Ицковица и открытых инноваций Г.Чесбро.
10. Формирование инновационной инфраструктуры. Понятие технопарка, бизнес-инкубатора, инновационно-технологического центра, технополиса, их основные функции.
11. Роль и значение интеллектуальной собственности в инновационной экономике.
12. Интеллектуальная собственность: понятие и виды в соответствии с российским законодательством. Интеллектуальные права.
13. Значение интеллектуальной собственности в коммерциализации инноваций. Лицензирование.
14. Источники финансирования инновационной деятельности.
15. Стратегии выхода из венчурных инвестиций.
16. Венчурное и бизнес-ангельское финансирование: сходство и различие.

РАЗДЕЛ II. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и основные характеристики предпринимательства.
2. Основные этапы развития предпринимательства в России.

3. Виды и формы ведения предпринимательской деятельности в России.
4. Сущность внутреннего предпринимательства (интрапренерства).
5. Суть социального предпринимательства.
6. Основная логика деятельности по франчайзинговой схеме.
7. Внешняя среда фирмы.
8. Бизнес-модель фирмы. Методология построения бизнес-модели в соответствии с подходом М.Джонсона, К.Кристенсена, Х.Кагерманн.
9. Бизнес-планирование: суть подхода А.Остервальдера. Механизм заполнения блоков. Типы бизнес-планов в зависимости от цели и практики планирования.
10. Риски предпринимательства.
11. Цель производственной операционной функции на фирме.
12. Основные показатели оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Примерные темы для рефератов/докладов

Инновационный характер современного предпринимательства.
Структурные изменения развития предпринимательства в условиях глобализации мирового рынка. Трансформация. предпринимательской деятельности в эпоху экономики знаний. Глобальные изменения технологии и бизнеса.
Предпринимательство в единстве его основных компонентов: личностные, экономические, организационно-управленческие. Характерные черты предпринимателя. Система ценностей предпринимателя.
Развитие системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.
Основные направления развития экономической мысли в сфере предпринимательства.
Предпринимательский риск: виды, оценка факторов и способы минимизации.
Система государственной поддержки малого предпринимательства в России.
Особенности организации и развития частно-государственного предпринимательства.
Формирование процесса взаимодействия властных и предпринимательских структур.
Организация и управление совместным предпринимательством.
Роль малого бизнеса в коммерциализации наукоемких технологий.
Маркетинговые исследования на фирме.
Основные тенденции и новые ориентиры в развитии конкуренции в России.
Современные методы планирования на предприятии.
Организация привлечения финансирования предпринимательского проекта и основные финансовые инструменты в РФ и за рубежом.

Финансовое моделирование предпринимательского проекта: основные проблемы и пути их решения.
Финансирование предпринимательской структуры на различных этапах жизненного цикла.
Формирование стратегии развития предпринимательской структуры от стадии зарождения идеи и создания компании до стадии стабильного развития: анализ историй успеха и неудач.
Налоговое планирование на фирме.
Стратегическое планирование и прогнозирование предпринимательской деятельности.
Становление и развитие различных форм предпринимательства: организационно-правовых; по масштабу предпринимательской деятельности (малое, среднее, крупное предпринимательство); по сферам предпринимательской деятельности (производство, торгово-финансовая, посредническая и др.), по бизнес-функциям.
Информационные ресурсы предприятия.
Франчайзинг в России: проблемы развития.
Проблема выбора критериев оценки эффективности предпринимательской деятельности.
Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур в условиях экономического кризиса.

Вопросы к проведению аттестационных испытаний по программе кандидатского экзамена

Экономика предпринимательства

1. Факторы, определяющие выбор оптимальной формы бизнеса для ведения предпринимательской деятельности. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в РФ.
2. Отношения собственности и формы собственности в предпринимательской деятельности российских предприятий. Унитарные предприятия. Виды государственных унитарных предприятий. Различие прав и ответственности различных видов унитарных предприятий.
3. Система мотивации и стимулирования персонала фирмы в крупном, малом и среднем бизнесе.
4. Виды затрат, способы их классификации, формирование структуры затрат на предприятии в современных российских условиях.
5. Понятие текущих и капитальных затрат в деятельности фирмы. Их содержание в зависимости от их назначения и сферы использования.
6. Себестоимость продукции, ее показатели. Калькулирование себестоимости продукции: методы и их назначение в системе управления предприятием.
7. Роль информации о затратах для принятия управленческих решений. Факторы, определяющие размеры себестоимости продукции и услуг.
8. Понятие и классификация элементов основного капитала фирмы. Виды оценки и способы переоценки основных средств (фондов).
9. Износ и амортизация основных средств: управленческие аспекты. Методы начисления амортизации основных средств и их влияние на управление затратами предприятия. Ускоренная амортизация, ее значение для технической и экономической политики фирмы.

10. Система показателей использования основных средств и их роль в управлении компанией. Показатели использования основных средств как измерители их эффективности для предприятия.
11. Понятие, состав и структура оборотного капитала фирмы. Факторы его формирования и движения. Показатели оборачиваемости оборотных средств как оценка их эффективности.
12. Прибыль как целевая функция предпринимательской деятельности. Формирование прибыли российских компаний. Распределение и использование прибыли фирмы: практика управления российских компаний. Дивидендная политика.
13. Финансовые показатели эффективности деятельности фирмы, их уровень и динамика в отраслях российской экономики. Рентабельность фирмы и методы ее определения. Система показателей рентабельности, особенности их формирования в отраслях российской экономики.
14. Функции и принципы налогообложения российского бизнеса в современных условиях. Виды налогов, алгоритм расчета и порядок уплаты налоговых платежей: организация управления финансами в российской компании.
15. Планирование деятельности фирмы. Бизнес-план как механизм управления предприятием, его содержание и принципы формирования. Структура и порядок разработки бизнес-плана инвестиционного проекта в отраслях российской экономики.
16. Малый бизнес. Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в РФ. Роль в экономике, факторы и предпосылки развития.
17. Взаимоотношения малого бизнеса с крупными предприятиями в российской и зарубежной предпринимательской практике.
18. Методология, теория и современные факторы обеспечения конкурентоспособности компаний на российском рынке.
19. Методы оценки конкурентной среды, формы конкуренции и их влияние на стратегии предпринимательской деятельности.
20. Стратегическое планирование и обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур в условиях экономического кризиса.
21. Предпринимательские риски: методы оценки и управления.
22. Хозяйственные риски в предпринимательской деятельности (сущность, виды, риск-менеджмент); основные направления формирования системы риск-менеджмента в сфере предпринимательства.

РАЗДЕЛ III. МАРКЕТИНГ

Вопросы для обсуждения Традиционная концепция vs. концепция маркетинга XXI века.

1. Сущность и основные инструменты маркетинга.
2. Причины кризиса традиционной концепции маркетинга.
3. Современные тренды, влияющие на маркетинговые решение.
4. Маркетинговая информационная система.
5. Роль маркетинговых исследований в информационной системе.
6. Цели и этапы маркетинговых исследований.

7. Стратегический и тактический маркетинг.
8. Модель процесса стратегического и оперативного планирования.
9. Классификация стратегий роста компании и инструменты стратегического маркетинга.
10. Использование технологии сегментирования в стратегическом планировании на B2C и B2B рынках.
11. Концепция товара и торговой марки и ее тестирование.
12. Маркетинговый план выведения продукта на рынок и его разделы.
13. Жизненный цикл товара на рынке и его аномалии.
14. Взаимоотношение понятий: товарный знак, торговая марка и бренд.
15. Роль ценовой политики в современном комплексе маркетинг-микс.
16. Функции маркетинговых каналов распределения.
17. Основные типы стратегий распределения.
18. Розничные сети - их место и роль в каналах распределения.
19. Проблемы контроля и конфликты в канале распределения.
20. Сущность и роль маркетинговых коммуникаций в современном комплексе маркетинг-микс.
21. Теоретические основы и предпосылки формирования логистики
22. Разграничение функций маркетинга и логистики.
23. Логистический и маркетинговый миксы.

Примерные темы для рефератов

Модели принятия потребительских решений на различных рынках.
Маркетинговые инструменты управления потребительским поведением.
Разработка стратегий ценовой политики компаний.
Методы ценообразования и условия их применения.
Методы создания и управления брендом.
Особенности поведения потребителей на рынке.
Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга.
Разработка системы коммуникаций бренда.
Система методов и инструментов электронного маркетинга.
Методы электронной рекламы и их эффективность.
Формирование и развитие конкурентоспособности предприятия.
Организация и управление логистической системой предприятия.
Управление цепями поставок.

Закупки и взаимоотношения с поставщиками
Организация и управление системой закупок
Стратегический маркетинговый анализ рынка
Конкурентоспособность компании и ее эволюция
Современные методы сегментации рынка

Вопросы к проведению аттестационных испытаний по программе кандидатского экзамена

1. Основные этапы развития концепции маркетинга.
2. Функции маркетинга и соответствующие им задачи и мероприятия маркетинга.
3. Маркетинг-микс и его эволюция.
4. Концепция STP. Цели и задачи сегментирования. Виды переменных сегментирования.
5. Концепция STP. Цели и задачи позиционирования. Формулировка позиционирования (point of difference, point of parity, target).
6. SMART подход к формулировке стратегических целей компании.
7. Конкурентная стратегия по Майклу Портеру.
8. Стратегии роста (матрица Ансоффа).
9. Понятие и задачи маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.
10. Этапы маркетинговых исследований.
11. Качественные маркетинговые исследования и их методы.
12. Выбор методов измерения собираемых данных.
13. Количественные маркетинговые исследования и их методы.
14. Проблемы измерения и шкалирования при проведении маркетинговых исследований.
15. Выборка. Методы формирования и определения объема.
16. Гипотеза. Проблемы формулирования и методы проверки при проведении количественных маркетинговых исследований.
17. Методы корреляционного и регрессионного анализа в количественных маркетинговых исследованиях.
18. Методы факторного и кластерного анализа в количественных маркетинговых исследованиях.
19. Содержание и основные направления и проблемы товарной политики предприятия. Понятие товара в маркетинге.
20. Формирование товарного ассортимента и управление им.
21. Понятие товарной линии и товарной номенклатуры. Основные характеристики товарной номенклатуры: широта, глубина, насыщенность, гармоничность.
22. Жизненный цикл товара (ЖЦТ), основные стадии ЖЦТ. Разновидности кривых ЖЦТ.
23. Качество и конкурентоспособность товаров. Основные показатели качества товаров. Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров.
24. Бренд как совокупность ценностей.
25. Развитие бренда по матрице Таубера.

26. Оценка здоровья бренда.
27. Система факторов, определяющих ценовую политику в маркетинге.
28. Ценовая эластичность спроса и ее отражение в ценовой политике.
29. Стратегии ценообразования как элемент различных маркетинговых стратегий.
30. Ценовые стратегии в торговле формата дискаунтеров на потребительских рынках.
31. Методы ценообразования и их трансформация в условиях цифровой экономики.
32. Сбытовая цепь: составные элементы.
33. Стратегия проталкивания и стратегия притягивания.
34. Функции сбыта.
35. On-trade и off-trade каналы.
36. Теоретические основы и предпосылки формирования логистики.
37. Теоретические основы и предпосылки возникновения концепции Supply Chain Management (SCM).
38. Взаимодействие логистического менеджмента и маркетинга. Логистический и маркетинговый миксы.
39. Понятие утилиты. Композиция основных утилит в общей полезности продукта с позиций производства, логистики и маркетинга.
40. Подходы к рекламе.
41. Рекламное планирование.
42. Способы стимулирования сбыта.
43. Сущность и основные инструменты интернет маркетинга.
44. Инструменты анализа интернет-аудитории. Сегментация посетителей и воронка продаж на сайте.
45. Конкурентный анализ в интернете и его инструменты.
46. Система показателей результативности интернет-маркетинга коммерческой компании.
47. Контент маркетинг, его инструменты и показатели эффективности.
48. Поисковая оптимизация сайта и ее инструменты.

11. Ресурсное обеспечение:

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Раздел I. «Управление инновациями»

Основная литература:

1. Барш Дж., Дэвидсон Дж., Капоцци М. Лидерство и инновации // Вестник McKinsey. №21, 2010.
2. Бланк С. Стартап: Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2013.
3. Боер Ф. Питер. Практические примеры оценки стоимости технологий. Олимп-Бизнес, 2007.
4. Груздева Е.В. Финансирование инновационного бизнеса. – М.:МАКС Пресс, 2011. – 156 с.
5. Дайер Д., Грегерсен Х., Кристенсен К. Ген изобретательства // Harvard business review Россия, Январь-февраль 2010. С. 58.

6. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Альпина Паблишер, 2011.
7. Дрейпер У. «Стартапы: профессиональные игры Кремниевой долины. М.: Эксмо, 2012.
8. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации. - М.: издательский дом «Вильямс», 2007.
9. Дубровин В.В. Оценка стоимости высокотехнологичной компании на различных этапах развития. – М.: ГУ – ВШЭ, 2009.
10. Зинов В.Б., Лебедева Т.Я., Цыганов С.А. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами : учеб.пособие – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.
11. Инновационное предпринимательство: как работает венчурная «лестница» / Сборник статей. Москва: ОАО «Российская венчурная компания», «Бизнес-журнал», 2010. - 64 с.
12. Кавасаки Гай. Стартап. –М., Альпина Бизнес Букс, 2011.
13. Красностанова М.В., Фёдорова Ф.Ш., Дещеревская Е.В. «Современные технологии в управлении персоналом»: учебно-методическое пособие. М.: ТЕИС, 2012.
14. Кристенсен К. « Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании», Альпина Паблишер, 2012.
15. Кристенсен К., М.Рейнор. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
16. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекции // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.
17. Кумар Н. Маркетинг как стратегия. Роль генерального директора в интенсивном развитии компании и внедрении инноваций. – М.: Претекст, 2011
18. Методические рекомендации «Как создать в России успешную организацию бизнес-ангелов?» – М.: НАБА, 2011.
19. Мур Дж.А. Внутри торнадо: Стратегии развития, успеха и выживания на гиперрастущих рынках. Спб: Бест Бизнес Букс, 2010.
20. Мур Дж.А. Преодоление пропасти. Как вывести технологический продукт на массовый рынок. М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2013.
21. Национальная инновационная система и государственная политика Российской Федерации: Базовый доклад к обзору ОЭСР национальной инновационной системы Российской Федерации. Министерство образования и науки Российской Федерации. М., 2009.
22. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2011.
23. Построение бизнес-модели, А.Остервальдер, И.Пинье, Альпина Паблишер, Сколково, 2012, 288 стр.
24. Рынок венчурных инвестиций ранней стадии: ключевые тренды. - М.: ВЦИОМ, Атом Партнерс, 2013.
25. Сатклифф М. Эффективная финансовая деятельность. Секреты финансовых директоров; пер. с англ. Д.А. Куликова; под общ. ред. Д.А. Рябых. - М.: Вершина, 2007.
26. Стерхова С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга. М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.
27. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности. – Проспект, 2011.
28. Чесбро Генри. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент / Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: Поколение, 2008, с. 79.
29. Чесбро Генри. Открытые инновации / Пер. с англ. В.Н.Егорова – М.: Поколение, 2007.
30. Экономика инноваций: Практическое пособие для бакалавров: лекции в схемах. – М.: Экон.ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова; ТЕИС, 2010. – 180 с.
31. Экономика фирмы: Учебник / Под общ. ред. проф. Н.П.Иващенко. - М.: ИНФРА-М, 2007.

32. Эндрю Дж.П. Возврат на инновации: практ. рук. по управлению инновациями в бизнесе. Минск: Гревцов Паблишер, 2008.
33. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004.
34. Янсен Ф. Эпоха инноваций. – М.: ИНФРА-М, 2002.
35. Business model and Performance of Firms, J.Sahut, L. Hikkerova, M., Khalfallah, International Business Research, February 2013, Vol. 6, Issue 2, pp.64-76.
36. Business model innovation and competitive imitation: The case ofsponsor-based. businessmodels, R. Casadesus-Massanell, R. Zhu, Feng, StrategicManagent, April 2013, Vol. 34, Issue 4, pp.464-482.
37. Business model road mapping: a practical approach to come from an exist into a desired businessmodel, M.DeReuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb2013, Vol. 17, Issue 1.
38. Chesbrough, Henry W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, 272 pages, 2003.
39. How to design a winning business model, , J.E.Ricart, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.100-107.
40. New business models in emerging markets, M.J.Eyring, M.W.Johnson, H.Nair, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.89-95.
41. Porter, M., 1990. Competitive Advantage of Nation. Free Press, New York.
42. Porter, M., Stern, S., 2001Measurinf the "Ideas" Production Function: Evidence from the International Patent Output. MIT Sloan School of Management, Mimeo.
43. Reinventing Your Business Model, M. Johnson, C. Christensen, H. Kagermann, Harvard Business Review, December 2008, pp. 50-59.
44. Rothwell, R., "Towards the Fifth-generation Innovation Process" in J. Henry and D. Mayle (eds.), Managing Innovation and Change, 2002, Sage, London, chapter 6, pp.115-135.

Дополнительная литература:

1. Аналитический обзор прямых и венчурных инвестиций в России в 2012 г.– СПб.2013. – 220 с.
2. Белбин Р.М. Команды менеджеров. – Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 238 с.
3. Белолипецкий В.Г. Финансовый менеджмент: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2008.
4. Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. Учебно-практическое пособие / Т. В. Теплова – М.: Издательство Юрайт, 2009/
5. Траут Дж., Райс Эл. Позиционирование: битва за умы. Юбилейное издание. Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2007.
6. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Под ред.проф.С.Д.Ильенковой. -2-е изд., переаб.и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
7. Каден Роберт Дж.. Партизанские маркетинговые исследования. - М.: Эксмо, 2013.
8. Кемпбелл Э., Кэтлин Саммерс Лачс. «Стратегический синергизм: как создается кумулятивный положительный эффект»» // Спб, 2004. – 416 с.
9. Комков Н.И. Возможности модернизации российской экономики на инновационно-технологической основе. – В кн.: Новая экономика: инновационный портрет России. М.: Центр стратегического планирования, 2008.
10. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. Спб: Питер, 2014.
11. Коупленд Т., Долгофф А. Expectations-Based Management. Как достичь превосходства в управлении стоимостью компании. – М.: Эксмо, 2009.
12. Красностанова М. В. «Формирование команды в хайтек-бизнесе». М., СПб: Вершина, 2008.
13. Левинсон Дж., Лаутенслагер Э. Партизанский маркетинг за 30 дней: Пошаговое руководство. М.: Издательство: Гребенникова ИД, 2008 г.
14. Ленсиони П. «Как решить пять основных проблем команды». М.: Альпина Паблишерз, 2010.
15. Маевский В. Эволюционная теория и экономический прогресс. – Вопросы экономики, 2001, №11.

16. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005.
17. Румянцев А.А. Менеджмент инноваций. Учебное пособие.- С-Пб., 2007.

Перечень ресурсов «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Кафедра экономики инноваций экономического факультета МГУ. http://www.eed.econ.msu.ru
2. Научный парк МГУ. http://www.sciencepark.ru/
3. Международный центр инноваций и предпринимательства. http://icie.econ.msu.ru/
4. Интернет-ресурс «Инновации и предпринимательство». http://www.innovbusiness.ru
5. Интернет-ресурс «Инновации — инвестиции — индустрия». http://www.3i.ru
6. Союз инновационно-технологических центров. http://www. unitc.ru
7. Европейская ассоциация прямого и венчурного инвестиро- вания (European Private Equity & Venture Capital Assotiation, EVCA). www.evca.com 138
8. Российский фонд фундаментальных исследований. http:// www.rfb r.ru
9. Российский фонд технологического развития. http://www.rft r.ru
10. Всероссийский информационно-аналитический интернет- портал «Венчурная Россия». http://www.allventure.ru/
11. Российская ассоциация прямого и венчурного инвестиро- вания (РАВИ). http://www.rvca.ru
12. Российская венчурная ярмарка РАВИ, Российский венчурный форум РАВИ. http://www.rvf.ru/rus/
13. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в на- учно-технической сфере (организатор программ Старт, У.М.Н.И.К, Развитие, Интер, Ставка, Темп, Пуск). http://www.fasie.ru 14. Интернет-ресурс «Инвестиционная поддержка предпри- нимательской деятельности». http://www.investmarket.ru
15. Толковый словарь терминов Российская венчурная ярмар- ка. http://www.rvca.ru/rvf/glossary/gloss_5.html#LITERE 16. «Технологический бизнес» — интернет-журнал. http:// www.techbusiness.ru.

Раздел II. «Экономика предпринимательства»

Основная литература:

Нормативно-правовые акты РФ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть I) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015 с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) Режим электронного доступа: http://base.garant.ru/10164072/1/#block_10000
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 13.07.2015) Режим электронного доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=78012
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.11.2015). Режим электронного доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=48296
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 13.07.2015) . Режим электронного доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/

5. Налоговый кодекс РФ 2015. Режим электронного доступа: http://www.nalkod.ru/
6. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «Об обществах с ограниченной ответственностью». Режим электронного доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_17819/

Русскоязычные источники:

1. Аакер. Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд. - СПб: Питер, 2012.
2. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2014. – 468 с.
3. Амортизация основных средств. Бухгалтерская и налоговая. М.: АБАК. 2014 – 144 с.
4. Антропов М.С. Системная модель стратегического процесса в динамичной экономической среде//Материалы III Международной научно-практической конференции «Системный анализ в экономике – 2014» под общей ред. Г.Б. Клейнера. – М.: ЦЭМИ РАН, т.1, 2015. - с. 145-148.
5. Антропов М.С. Управление инновационным развитием бизнеса: современные стратегии / Экономика инноваций (ред. Иващенко Н.П.) - М., МГУ, 2011, 368с.
6. Белолипецкий В.Г. Финансовый менеджмент: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2008.
7. Белолипецкий В.Г. Финансы фирмы: Курс лекций/ Под ред. И.П.Мерзлякова. - М.: ИНФРА - М, 1998.
8. Бертонеш Марк. Управление денежными потоками. Спб.: Питер, 2003.
9. Бизнес-планирование. Учебник под ред. В.З. Черняка. М.: Юнити-Дана, 2010. - 592 стр.
10. Бланк И. Управление финансовыми ресурсами. М.: Омега-Л, Эльга, 2013. – 768 с.
11. Бланк С., Дорн Б. Стартап. Настольная книга основателя - М. Альпина Паблишер, 2013, 616 с.
12. Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. М.: -Альпина Паблишер, 2014. - 616 с.
13. Бочарский, К. За гранью приличий / К. Бочарский // Секрет фирмы. — 2014. — № 7. — С. 40–45.
14. Брег С. Настольная книга финансового директора / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Брукс, 2005.
15. Бубенцов В. Ю. и Тимохов В. И Информационная справка (Центр креативных технологий «Идеальные решения») Электронный ресурс – режим доступа: http://www.trizland.ru
16. Буянов Е. Электронная коммерция как способ монетизации интернет-проектов. Стоит ли открывать свой интернет-магазин? – М.: Интернет-маркетинг, № 3. 2014.
17. Груздева Е.В. Нужно ли кредитовать малый и средний бизнес в кризис? – М.: Экономические науки, № 10, 2015. с. 31-34. Режим электронного доступа: http://ecsn.ru/files/pdf/201510/201510_31.pdf
18. Груздева Е.В. Факторы развития малого бизнеса в кризис. Сборник статей по материалам научной конференции «Ломоносовские чтения», посвященной 260-летию МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова Москва, т.1, 2015. - с. 136-153.
19. Де Боно Э. Латеральное мышление – М. Попурри, 2012 – 384 с.
20. Деминг Эдвард У.Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер. 2015. – 417 с.
21. Дергунов Тимур. Формула менеджмента. Практическое пособие начинающего руководителя. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2015.

22. Директ-костинг: правдивая себестоимость. С.А. Рассказова-Николаева, «Экономика бизнеса» №50 (9264) 2008. Режим электронного доступа: http://www.eg-online.ru/article/51932/
23. Есаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
24. Иващенко Н.П., Абдурахимова Э.Н., Колесникова К.С., Тищенко Е.Б., Тищенко С.А. Современные подходы трансфера технологий и коммерциализации инноваций. - М.: Экономические науки, № 6, 2015. - с. 49-56.
25. Иващенко Н.П., Абдурахимова Э.Н., Колесникова К.С., Тищенко Е.Б., Тищенко С.А. Методы оценки эффективности трансфера технологий. - М.: Экономические науки, № 5, 2015. - с. 29-33.
26. Иващенко Н.П., Комков Н.И. Институциональные проблемы освоения инноваций. – Проблемы прогнозирования, 2009, №5.
27. Иващенко Н.П., Энговатова А.А. Современные инструменты инновационной политики государства в отношении российских вузов. - МИР (Модернизация. Инновации. Развитие), 2012, № 4; 2013, № 1.
28. Иващенко Н.П., Энговатова А.А., Коростылева И.И. От идеи к инновационному продукту: путь в рамках инновационной инфраструктуры предпринимательского вуза. - М.: Экономические стратегии, № 5-6, 2015. - с. 110-120.
29. Каден Роберт Дж.. Партизанские маркетинговые исследования. - М.: Эксмо, 2013.
30. Каплан Роберт с., Нортон Дейвид П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
31. Кемпбелл Кэтрин. Венчурный бизнес: новые подходы / Кемпбелл Кэтрин; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
32. Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы: Учебник. – 4-е изд., испр. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 522 с.
33. Козакова Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. М.: ИНФРА-М. 2012. – 208 с.
34. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: Интерреклама, 2003.
35. Коростылева И.И. Анализ потребителей в сети Интернет при выведении нового продукта на рынок. – М.: Инициативы XXI века, № 2, 2013. - с. 69-71.
36. Котлер Ф.,Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент, СПб., Питер, 2015.
37. Красностанова М.В., Кузнецов И.И., Шахова М.С. Экономика карьеры: профессиональные траектории современных молодых специалистов. – М.: Креативная экономика, № 11, 2015. - с. 14-25.
38. Леонтьев Б.Б., Мамаджанов Х.А. От интеллектуальной собственности к нематериальным активам. ТПП РФ – М.: Изд-во РИНФО, 2011.
39. Леонтьев Б.Б., Мамаджанов Х.А. Стоимостная оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов предприятия/ Торгово-промышленная палата РФ – М.:Национальный фонд поддержки правообладателей, 2012.
40. Маршал В. Мейер. Оценка эффективности бизнеса. [Пер. с англ. О.А. Корсунский]. – М.: ООО»Вершина», 2004.
41. Методические рекомендации к разработке бизнес-плана инновационного проекта. — М.: Издательство Московского университета, 2013. — 133 с.
42. Николаева О.Е. Управленческий учет. Учебно-методическое пособие. М.: МАКС Пресс Москва, 2015. - с. 123-164.
43. Организация предпринимательской деятельности. Под ред В. Я. Горфинкеля. М.: Проспект. 2010. – 544 с.
44. Остервальдер А., Пенье И. Построение бизнес-моделей – М. Альпина Паблишер, 2013, 288 с.
45. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2011.

46. Построение бизнес-модели, Настольная книга стратега и новатора. А.Остервальдер, И.Пинье, Альпина Паблишер, 2014, Альпина Паблишер, Серия Сколково, 288 стр.
47. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005.
48. Румянцев А.А. Менеджмент инноваций. Учебное пособие.- С-Пб., 2007.
49. Рыбаков Михаил. Как навести порядок в своем бизнесе. Как построить надежную систему из ненадежных элементов. Практикум . – М.: ИКАР . 2015. – 377 с.
50. Савченко И.В., Буянов Е.В. Возможности Интернета для инновационных предприятий. – М.: Инновационное развитие экономики России, серия Региональное разнообразие. – М.: РГ-Пресс, т.1, 2013. - с. 272-279.
51. Савченко И.В., Буянов Е.В. Развитие интернет-стартапов: проблемы и перспективы. Сборник статей по материалам научной конференции «Ломоносовские чтения», посвященной 260-летию МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова Москва, т.1, 2015. - с. 153-164.
52. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Роберт Каплан, Дейвид Нортон. СПб.: Питер, 2003.
53. Соснаускене Ольга, Снежинская Марина. Упрощенная система налогообложения. Практическое руководство. – М.: Омега-Л 2014 г.160 с.
54. Управленческий учёт для студентов и менеджеров С.А. Рассказова-Николаева, С.В. Шебек, Е.А. Николаев М.: Изд-во «Питер», 2013. – 496 с.
55. Шахова М.С. Организация франчайзинговой системы: этапы создания франшизы. – М.: Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, № 5, 2015. - с. 129-148.
56. Шахова М.С. Франчайзинг в России: состояние и перспективы. – М., Экономический факультет МГУ, Анкил, 2013.
57. Шестакова Екатерина. Оптимизация Налогов. – М.: Феникс 2013 г. - 336 с.
58. Экономика фирмы. Учебник под ред. В.Я. Горфинкеля. М.: Юрайт, 2014. – 688 с.
59. Экономика фирмы: Учебник / Под общ.ред. проф. Н.П. Иващенко. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 528 с.
60. Эндрю Дж.П. Возврат на инновации: практ. рук. по управлению инновациями в бизнесе. Минск: Гревцов Паблишер, 2008.

Официальные сайты организаций:

1. Официальный сайт Ассоциации молодых предпринимателей России http://www.moldelo.ru/czeli-i-zadachi/
2. Официальный сайт Ассоциации молодых предпринимателей России http://www.moldelo.ru/czeli-i-zadachi/Официальный сайт Внешэкономбанка (Банка Развития) http://www.veb.ru/strategy/bsup/
3. Официальный сайт Департамента науки, промышленности и предпринимательства города Москвы http://dnpp.mos.ru/directions-of-activity-/entrepreneurship/partners/
4. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации http://www.economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/indexdocs
5. Официальный сайт Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» http://www.deloros.ru/main.php?mid=6
6. Официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» http://new.opora.ru/about

7. Официальный сайт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации http://www.tpprf.ru/ru/
8. Официальный сайт Федерального портала малого и среднего предпринимательства Министерства экономического развития Российской Федерации http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/
9. Официальный сайт ФНС РФ. Режим электронного доступа: http://www.nalog.ru/

Англоязычные источники:

1. Business model and Performance of Firms, J.Sahut, L. Hikkerova, M., Khalfallah, International Business Research, February 2013, Vol. 6, Issue 2, pp.64-76.
2. Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor-based business models, R. Casadesus-Massanell, R. Zhu, Feng, Strategic Managent, April 2013, Vol. 34, Issue 4, pp.464-482.
3. Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model, M.De Reuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb 2013, Vol. 17, Issue 1.
4. Bygrave W., Zacharakis A. (ed.) The Portable MBA in Entrepreneurship (4th edition) – J.Wiley & Sons, 2010
5. Concept and evolution of buisness models, Journal of general management, 2005, 31, 2, pp. 37-56.
6. Conjoint analysis is an advanced market research technique that gets under the skin of how people make decisions. Электронный ресурс – режим доступа: http://www.dobney.com/Conjoint/Conjoint_analysis.htm
7. How to design a winning business model, , J.E.Ricart, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.100-107.
8. New business models in emerging markets, M.J.Eyring, M.W.Johnson, H.Nair, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.89-95.
9. Porter, M. Strategy and the Internet / M. Porter // Harvard Business Review. — 2001. — No 3. — Pp. 62–78.
10. Reinventing Your Business Model, M. Johnson, C. Christensen, H. Kagermann, Harvard Business Review, December 2008, pp. 50-59.
11. Timmons J., Spinelli S. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (6th Edition) –McGraw-Hill,2003

Дополнительная литература:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. - СПб: Питер, 2007.
2. Аленичев В.В. Страхование валютных рисков, банковских и экспортных коммерческих кредитов. - М.: ЮКИС, 1993.
3. Аналитический сборник «Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2006 г. РАВИ. - СПб.: ООО «Феникс», 2007.
4. Баранчеев В. П. Маркетинг инноваций. – Р.: Благовест-В, 2007.
5. Белбин Мередит Р. Команды менеджеров: Секреты успеха и причины неудач. / Пер. с англ. Белбин Мередит Р.- М.: HIPPO, 2003.
6. Б. Кеу, Ш. Джордис-Эвенс. Любите их, или Вы их потеряете. Как удержать ценных сотрудников. - М.: «Добрая книга», 2006.
7. Бланд Д. Страхование: принципы и практика / Пер. с англ. - М.: Финансы и статистика, 1998.
8. Введение в венчурный бизнес / Российская Ассоциация Венчурного Инвестирования. - СПб.: Феникс, 2003.
9. Фогельсон Ю.Б. Введение в страховое право. - М.: Юристъ, 2001.
10. Глоссарий венчурного предпринимательства. - СПб.: РАВИ, 2007.

11. Давила Тони, Эпштейн Марк Дж., Шелтон Роберт. Работающая инновация. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2007.
12. Дандон Элейн. Инновации. Как определять тенденции и извлекать выгоду. – М: Вершина, 2006.
13. Доклад «Инновационный бизнес: основа ускоренного развития экономики РФ», журнал «Инновации» №5,6, 2006.
14. Дынин А., Литовченко С. Управление ростом: Идеи и технологии. - М.: Альпина, 2002.
15. Дятлов С.А. Теория человеческого капитала: учеб. пособие. - СПб.: издательство СПбГУЭФ, 1996.
16. Зубец А.Н. Маркетинговые исследования страхового рынка. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2001.
17. Инновации в бизнесе. Антология. - М: Альпина Бизнес Букс, 2007.
18. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. Учеб. пособие. / Под ред. Аньшина В.М., Дагаева А.А.. - М.: Дело, 2006.
19. Инновационный менеджмент: оценка рисков инновационного проекта на основе моделирования. Сборник «Модернизация экономики и общественное развитие: в 3 кн.» /Под ред. Е. Г. Ясина; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. Книга 2. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
20. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Практикум по маркетингу. М., ЮНИТИ, 2005.
21. Маслова Т.Д, Божук С.Г., Крылова Г.Д. Маркетинг: задачи, логические схемы, тесты. ПИТЕР, 2005.
22. Основы страховой деятельности: Учебник / Отв.ред. проф. Т.А. Федорова. - М.: Издательство БЕК, 1999.
23. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
24. Предпринимательство. - М.: Альпина Бизнес Бук, 2007.
25. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость. - СПб: Питер, 2001.
26. Спенсер Лайл М., Сайн М. Спенсер. Компетенции на работе. - М.: HIPPO, 2003.
27. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом. - СПб: Питер, 2000.
28. Страхование: Учебник. /Под ред. Т.А.Федоровой. – М.: Экономистъ, 2006.
29. Страхование / Под ред. проф. В.В. Шахова. - М.: АНКИЛ, 2002.
30. Страхование: экономика, организация, управление: Учебник; в 2 т. / СПбГУ, эконом.факультет; под ред. Г.В.Черновой. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010.
31. Страхование в промышленности (опыт страхового рынка ФРГ). - М.: АНКИЛ, 1993.
32. Устойчивое экономическое развитие а условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления. / Под ред. В.В.Попкова. - М.: ЗАО издательство «Экономика», 2007.
33. Шеховцев М.В. «Российский инновационный рынок: игроки и стратегии», журнал «Инновации». №4, 2006 г.
34. Эткинсон Дж., Уилсон Й. Стратегический маркетинг: ситуации и примеры. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
35. Э.Шейн. Организационная культура и лидерство. - СПб: Питер, 2006.

36. Williams A., Heins R. Risk management and insurance.- N.Y.: R.R. Donnelley & Sons Company, 1989.
37. Траут Дж. Большие бренды — большие проблемы. - СПб: Питер, 2013.
38. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за умы. СПб., Питер, 2015.

Перечень ресурсов «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Кафедра экономики инноваций экономического факультета МГУ. http://www.eed.econ.msu.ru
2. Научный парк МГУ. http://www.sciencepark.ru/
3. Международный центр инноваций и предпринимательства. http://icie.econ.msu.ru/
4. Интернет-ресурс «Инновации и предпринимательство». http://www.innovbusiness.ru
5. Интернет-ресурс «Инновации — инвестиции — индустрия». http://www.3i.ru
6. Союз инновационно-технологических центров. http://www. unitc.ru
7. Европейская ассоциация прямого и венчурного инвестиро- вания (European Private Equity & Venture Capital Assotiation, EVCA). www.evca.com 138
8. Российский фонд фундаментальных исследований. http:// www.rfb r.ru
9. Российский фонд технологического развития. http://www.rft r.ru
10. Всероссийский информационно-аналитический интернет- портал «Венчурная Россия». http://www.allventure.ru/
11. Российская ассоциация прямого и венчурного инвестиро- вания (РАВИ). http://www.rvca.ru
12. Российская венчурная ярмарка РАВИ, Российский венчурный форум РАВИ. http://www.rvf.ru/rus/
13. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в на- учно-технической сфере (организатор программ Старт, У.М.Н.И.К, Развитие, Интер, Ставка, Темп, Пуск). http://www.fasie.ru 14. Интернет-ресурс «Инвестиционная поддержка предпри- нимательской деятельности». http://www.investmarket.ru
15. Толковый словарь терминов Российская венчурная ярмар- ка. http://www.rvca.ru/rvf/glossary/gloss_5.html#LITERE 16. «Технологический бизнес» — интернет-журнал. http:// www.techbusiness.ru.

Раздел III. «Маркетинг»

Основная литература:

1. Аакер Д.А. Создание сильных брендов. Москва. Издательский дом Гребенникова, 2003.
2. Аникин, Родкина, Волочиенко: Логистика и управление цепями поставок. Основы логистики. Учебник. М.: Проспект, 2015.
3. Бауэрсокс, Клосс. Логистика. Интегрированная цепь поставок. М.:Олимп-бизнес, 2017.
4. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. - СПб: Питер, 2010.
5. Галицкая Е. Г., Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Серия Магистр, 2012.
6. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов. – 2-е издание переработанное и дополненное. – М.: Юрайт, 2014.

7. Герасименко В.В. (науч. ред.) Маркетинг. Учебник для вузов.- М., Проспект, 2016.
8. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент. М., Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова Москва, 2016.
9. Герасименко В.В. Ценообразование. – М., ИНФРА-М, 2014.
10. Дойль П. Маркетинг - менеджмент и стратегии./ Пер. с англ. – СПб.: "Питер" 2012.
11. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. Москва. Вершина. 2014
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: «Питер Ком».,2016.
13. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. СПб: Питер, 2010.
14. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. – СПб.: Питер, 2000.
15. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2007.
16. Маркетинг-практикум. Под ред. В.В. Герасименко. М., ИНФРА-М, 2011.
17. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. Науч. ред. Шерешева М.Ю. Москва, Изд. дом Высшей школы экономики 2014.
18. Музыкант В.Л. Рекламные и PR- технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армада-пресс, 2001.
19. Мэрфи-мл., Вуд: Современная логистика. М.: Вильямс, 2016
20. Очковская М.С., Рыбалко М.А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы. М., Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
21. Рачковская И. Логистика. Учебное пособие. - М.: Проспект, 2017.
22. Сергеев В. Управление цепями поставок. М.: Юрайт, 2015.Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001.
23. Соловьев Б.А. Управление маркетингом. Модульная программа для менеджеров. Модуль 13. – М: "Инфра – М", 2002.
24. Старов С.А. Управление брендами: учебник. - СПб: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
25. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования серия "Маркетинг для профессионалов" – СПб.: Питер, 2002.

Журналы:

26. Journal of Marketing
27. Бренд-менеджмент
28. Маркетинг и маркетинговые исследования
29. Маркетинг в России и за рубежом
30. Маркетинговые коммуникации

Перечень ресурсов «Интернет»:

31. www.4p.ru – Информационный портал по маркетингу
32. www.adme.ru – Креативная реклама
33. www.brandblog.ru - брендинг блог
34. www.brandtop.ru - известные бренды и продвижение брендов
35. www.marketingpower.com – Интернет-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации
36. www.marketologi.ru - сайт Гильдии маркетологов
37. www.marketology.ru - Интернет ресурсы Российской гильдии маркетологов
38. www.russbrand.ru - электронный журнал о брендинге в России
39. www.ram.ru - Интернет ресурсы Российской Ассоциации Маркетинга.

Дополнительная литература:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. – СПб "Питер", 2002.
2. Аакер Д.А. Создание сильных брендов. Москва. Издательский дом Гребенникова, 2003.
3. Аги У. и др. Самое главное в PR: пер. с англ. СПб.: Питер, 2004.
4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и тактика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006.
5. Аникин Б.А., Родкина Т.А. Основы логистики. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. - М.: Проспект, 2015.
6. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для вузов. - М: Экономика, 2009.
7. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. - М.: Олимп-Бизнес, 2010.
8. Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001.
9. Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации. Пер с англ. Изд-во: Баланс-Клуб, 2004.
10. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. - СПб: Питер, 2010.
11. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. / Пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
12. Габинская О.С., Дмитриева Н.В. Маркетинговые коммуникации. Изд-во: Академия, 2010.
13. Гаджинский А. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики - М.:ИТК «Дашков и К», 2013.
14. Галицкая Е. Г., Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Серия Магистр, 2012.
15. Галицкий Е.Б. Методы маркетинговых исследований. - М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2006.
16. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов. – 2-е издание переработанное и дополненное. – М.: Юрайт, 2014.
17. Герасименко В.В. Государственная политика цен и тарифов в Российской федерации. М.: Издательство Московского Университета, 2014.

18. Гордон Ян Х. Маркетинг партнерских отношений./ Пер с англ.под ред. О.А.Третьяк. – СПб: Питер, 2001
19. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. СПб.: Питер, 2006.
20. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. – СПб.: ПИТЕР, 2001.
21. Дойль П., Штерн П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. Классический зарубежный учебник. - СПб: Питер, 2007.
22. Игнатьев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations/ - М.: ЭКСМО, 2003.
23. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. Москва. Вершина. 2014
24. Классика маркетинга. / Составители: Б.М. Энис, К.Т.Кокс, М.П. Москва. – СПб: Питер,2001.
25. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для высшей школы. 3-е изд. М.: Академический проект, 2005.
26. Котлер Ф. Маркетинг в условиях сетевой экономики // «Маркетинг и маркетинговые исследования», 2000, №2.
27. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. СПб: Питер, 2010.
28. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. - СПб: Питер, 2001.
29. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2007.
30. Маркетинг. Учебник – практикум. //Под ред. Н.П. Ващекина. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2004.
31. Марн М., Регнер Э. Ценовое преимущество. Сколько должен стоить ваш товар? М., Альпина Паблишер, 2015.
32. Маховикова Г., Лизовская В. Ценообразование в торговом деле. Теория и практика. М., Юрайт, 2014.
33. Музыкант В.Л. Рекламные и PR- технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армада-пресс, 2001.
34. Некрасов А., Миротин Л., Меланич Е., Некрасова М. Управление цепями поставок в транспортном комплексе. – М.: Горячая линия-Телеком, 2012.
35. Олейник А.Н. Комментарии к мультимедийной презентации по курсу «Маркетинг»: Учебное пособие. - М.: ТЕИС, 2012.
36. Парамонова Т.Н. Маркетинг в розничном торговом предприятии. – М.: МГУК, 2002.
37. Портер М. Международная конкуренция./ Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1997.
38. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. М.: Эксмо, 2008.
39. Сергеев В. Управление цепями поставок. - М.: Юрайт, 2015.
40. Соловьев Б.А. Управление маркетингом. Модульная программа для менеджеров. Модуль 13. – М: "Инфра – М", 2002.
41. Старов С.А. Управление брендами: учебник. - СПб: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
42. Статт Д. Психология потребителя. – СПб: Питер, 2003.
43. Третьяк О. Бренд-капитал: содержание, денежная оценка, управление.//Бренд-менеджмент. №2 2001
44. Третьяк О. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга //Российский экономический журнал, 2001. №2
45. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. Москва. Альпина Бизнес букс, 2015

46. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. М.: Эксмо, 2008.
47. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. СПб: Питер, 2001.
48. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования серия "Маркетинг для профессионалов" – СПб.: Питер, 2002.
49. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2009.
50. Щепилова Г. Реклама в СМИ: история, технология, классификация. Издательство МГУ, 2010.
51. Egan John (2004) Relationship marketing. Exploring relationship strategies in marketing. Prentice Hall.
52. Gordon Ian H. (2001) Relationship Marketing.
53. How brands become icons. London. Palgrave, 2013
54. Lindic J., Silva C.M. Da Value proposition as a catalyst for a customer focused innovation // Management Decision. 2011. № 10 (49). С. 1694–1708.
55. Marian Burk Wood's. Essential Guide to Marketing Planning. – Pearson Education, Financial Time Prentice Hall, 2007.
56. Martelo Landroguez et al. Developing an integrated vision of customer value // Journal of Services Marketing. 2013. № 3 (27). С. 234–244.
57. Mulki J.P., Jaramillo F. Ethical reputation and value received: customer perceptions // International Journal of Bank Marketing. 2011. № 5 (29). С. 358–372.

12. Язык преподавания - **русский**

13. Преподаватели.

кафедра	Ф.И.О. преподавателя
Экономики инноваций	Н.П.Иващенко, д.э.н., проф., зав.кафедрой
	М.С.Шахова, к.э.н., доц.
	Е.В.Груздева, к.э.н., доц.
	Ф.Ш.Федорова, к.э.н., доц.
	В.Г.Попова, к.э.н., доц.
	Е.Б.Тищенко , к.э.н., доц.
Риски и страхование	И.Б.Котлобовский, к.э.н., доц., зав. кафедрой

Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине
«Модуль по подготовке к кандидатскому экзамену по специальности «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)»
на основе Карт компетенций выпускников программ аспирантуры МГУ [1]

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	**КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций**					**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**
1	2	3	4	5	6	7
ЗНАТЬ: Знать основной круг проблем (задач), встречающихся в избранной сфере научной деятельности, и основные способы (методы, алгоритмы) их решения Шифр З1 (ОПК-1)	Отсутствие знаний об основных проблемах и методах решений	Фрагментарные представления об основных проблемах и методах решений	Неполные представления об основных проблемах и методах решений	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления об основных проблемах и методах решений	Сформированные систематические представления об основных проблемах и методах решений	Доклад
ЗНАТЬ: Знать основные источники и методы поиска	Отсутствие знаний об источниках и методах	Фрагментарные представления об источниках и	Неполные представления об источниках и	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления об	Сформированные систематические представления об источниках и	Аналитический обзор

[1] См. на сайте ЭФ МГУ раздел Методические материалы (Карты компетенций выпускников программ аспирантуры МГУ): Программы > Программы аспирантуры > Образовательные программы высшего образования - программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (программы аспирантуры) > Карты компетенций выпускников программ аспирантуры МГУ
Ссылка: https://www.econ.msu.ru/programms/pg/OOP/Competens/

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
научной информации Шифр 32 (ОПК-1)	поиска информации	методах поиска информации	методах поиска информации	источниках и методах поиска информации	методах поиска информации	
ЗНАТЬ: теоретические основания, актуальные проблемы и тенденции развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности Код 31 (ПК-1)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания теоретических оснований, актуальных проблем и тенденций развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	Неполные знания теоретических оснований, актуальных проблем и тенденций развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания теоретических оснований, актуальных проблем и тенденций развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	Сформированные и систематические знания теоретических оснований, актуальных проблем и тенденций развития соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	Аналитический обзор
ЗНАТЬ: результаты новейших исследований и публикации в ведущих профессиональных журналах в выбранной сфере специализации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания результатов новейших исследований и публикаций в ведущих профессиональных журналах в выбранной	Неполные знания результатов новейших исследований и публикаций в ведущих профессиональных журналах в выбранной сфере специализации	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания результатов новейших исследований и публикаций в ведущих профессиональных журналах в	Сформированные и систематические знания результатов новейших исследований и публикаций в ведущих профессиональных журналах в выбранной сфере специализации	Аналитический обзор

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
Код З2 (ПК-1)		сфере специализации		выбранной сфере специализации		
ЗНАТЬ: современное состояние области знаний, соответствующей преподаваемым дисциплинам Код З1 (ПК-3)	Отсутствие навыков	Фрагментарное применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач.	В целом успешное, но не систематическое применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач.	Успешное и систематическое применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач.	Аналитический обзор
ЗНАТЬ: актуальные проблемы и тенденции развития соответствующей научной области и	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания актуальных проблем и тенденций развития	Неполные знания актуальных проблем и тенденций развития соответствующей научной области и	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания актуальных проблем и тенденций развития	Сформированные и систематические знания актуальных проблем и тенденций развития соответствующей	Эссе

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
области профессиональной деятельности Код 31 (ПК-4)		соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	области профессиональной деятельности	соответствующей научной области и области профессиональной деятельности	научной области и области профессиональной деятельности	
ЗНАТЬ: Основные подходы к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне Код 31 (ПК-5)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания основных подходов к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне	Неполные знания основных подходов к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания основных подходов к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне	Сформированные и систематические знания основных подходов к оптимизации систем управления на микро-, мезо- и макроэкономическом уровне	Эссе
УМЕТЬ: обобщать и систематизировать передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйственной практики Шифр: У2 (ОПК-1)	Отсутствие умений обобщения и систематизации передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйствен	Фрагментарные умения обобщения и систематизации передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйственной практики	В целом удовлетворительные, но не систематизированные умения обобщения и систематизации передовые достижения научной мысли и основные тенденции	В целом удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы умения обобщения и систематизации передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйственной практики	Сформированные умения обобщения и систематизации передовые достижения научной мысли и основные тенденции хозяйственной практики	Доклад

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
	ной практики		хозяйственной практики			
ВЛАДЕТЬ: навыками анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях Код В1 (УК-1)	Отсутствие навыков	Фрагментарное применение навыков анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач	В целом успешное, но не систематическое применение навыков анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач .	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач	Успешное и систематическое применение навыков анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях	Экзамен
ВЛАДЕТЬ: навыками критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических	Отсутствие навыков	Фрагментарное применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению	В целом успешное, но не систематическое применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов	Успешное и систематическое применение технологий критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению	Экзамен

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
задач, в том числе в междисциплинарных областях Код В2 (УК-1)		исследовательских и практических задач.	деятельности по решению исследовательских и практических задач.	деятельности по решению исследовательских и практических задач.	исследовательских и практических задач.	
ВЛАДЕТЬ: навыками анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в науке на современном этапе ее развития Код В1(УК-2)	Отсутствие навыков	Фрагментарное применение навыков анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, возникающих в науке на современном этапе ее развития	В целом успешное, но не систематическое применение навыков анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, возникающих в науке на современном этапе ее развития	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, возникающих в науке на современном этапе ее развития	Успешное и систематическое применение навыков анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, возникающих в науке на современном этапе ее развития	Экзамен
ВЛАДЕТЬ: навыками анализа основных мировоззренческих и	Отсутствие навыков	Фрагментарное применение навыков анализа основных мировоззренческ	В целом успешное, но не систематическое применение навыков анализа	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками	Успешное и систематическое применение навыков анализа основных мировоззренческих и	Экзамен

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций					ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
1	2	3	4	5	6	7
методологических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах Код В1(УК-3)		их и методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах	основных мировоззренческих и методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах	применение навыков анализа основных мировоззренческих и методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах	методологических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих при работе по решению научных и научно-образовательных задач в российских или международных исследовательских коллективах	
ВЛАДЕТЬ: современными методами, инструментами и технологией научно-исследовательской и проектной деятельности в определенных областях	Отсутствие навыков владения современными методами научных исследований	Фрагментарные навыки владения современными методами научных исследований	В целом удовлетворительные, но не систематизированные навыки владения современными методами научных исследований	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков владения современными методами научных исследований	Успешное и систематическое применение навыков владения современными методами научных исследований	Экзамен

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	**КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине из соответствующих Карт компетенций**					**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**
1	2	3	4	5	6	7
экономической науки Шифр: В1 (ОПК-1)						

Фонды оценочных средств, необходимые для оценки результатов обучения
Балльно-рейтинговая система [2]

№	Формы самостоятельной работы	Количество баллов
1	Доклады с презентациями (доклад – 70 баллов, презентация – 30 баллов)	50
3	Аналитические обзоры	50
4	Эссе	40
5	Подготовка статьи по теме диссертации	80
6.	Экзамен	80
	Итого	**300 баллов**

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с балльно-рейтинговой системой

[2] При переводе баллов в оценку следует использовать следующие соотношения:

ОЦЕНКА за одно конкурсное испытание	%
ОТЛИЧНО	**∑баллов=>85%**
ХОРОШО	**65%<=∑баллов=>85%**
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	**40%<=∑баллов=>65%**
не УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	**∑баллов<40%**

Методические рекомендации по выполнению аналитического обзора

Изучение дисциплины (модуля) «**Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)**» при подготовке к кандидатскому экзамену по специальности предусматривает написание аналитического обзора по выбранной теме программы. Выполнение этого задания ориентировано на формирование навыков прикладного использования рассматриваемых в курсе теоретических моделей и концепций.

Аналитический обзор объемом до 25 страниц включает в себя теоретические и организационные положения по выбранной теме.

Теоретические положения:

1. Краткое изложение теоретической модели, на основе которой можно провести эмпирическое исследование.
2. Краткий обзор прикладных исследований.
3. Формулировку гипотез и предложений по методам их тестирования.
4. Обоснование выбора источника данных, на основе которых можно провести тестирование гипотез.
5. Представление результатов проведенного исследования. *Организационные положения:*
3. Письменное и электронное предоставление материалов по аналитическому обзору преподавателю, курирующему выбранную аспирантами тему обзора, к дате, указанной в календарном плане курса **«Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)».**
4. Защита аналитического обзора осуществляется с представлением презентации в PowerPoint в соответствии с календарным планом проведения контактных часов по теме обзора.

Методические рекомендации по подготовке доклада

В процессе изучения дисциплины (модуля) «**Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)**» при подготовке к кандидатскому экзамену по специальности каждым аспирантом должен быть подготовлен и представлен на обсуждение аудиторией доклад по выбранной теме программы курса. Выполнение задания ориентировано на выработку навыков критического анализа исследовательских достижений по современной теории и практике управления и экономике предпринимательства, формирования представлений о современных требованиях к стандартам, формату и содержанию аналитических статей по данной проблематике, презентации подготовленной информации, умения вести дискуссию и поддерживать конструктивный контакт с аудиторией.

При подготовке доклада предполагается использование не менее 10 источников по выбранной теме, опубликованных в периодической печати не ранее 2010 г. Допускается использование статей, обзоров, материалов из сети Интернет, монографий, активная работа с базой

институциональной подписки экономического факультета и МГУ имени М.В. Ломоносова. Поддерживается использование статей на иностранных языках.

Рекомендуется согласовать список выбранных источников с преподавателем, ведущим аудиторное занятие по данной теме.

Консультации по подготовке доклада проводятся на контактных часах.

Доклад должен отразить следующие положения:

Теоретические положения и практические рекомендации:

1. Анализ актуальности проблемы, выбранной для исследования, с учетом существующих исследовательских достижений и литературы по теме.
2. Интересность, содержательность, новизна подходов к решению проблемы, насколько ясно и четко они сформулированы.
3. Преимущества и недостатки предлагаемых подходов.
4. Перспективы применения предлагаемых теоретических подходов или распространения практического опыта в других отраслях и организациях.
5. Аргументированную авторскую позицию.

Обязательным требованием является правильное оформление сносок на первоисточники. *Организационные положения:*

1. Письменное и электронное предоставление материалов по докладу преподавателю, курирующему выбранную аспирантами тему доклада, к дате, указанной в календарном плане курса **«Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)».**
2. Защита доклада осуществляется с представлением презентации в PowerPoint в соответствии с календарным планом проведения контактных часов по теме доклада.

Методические рекомендации по подготовке эссе

В процессе изучения дисциплины (модуля) «**Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, экономика предпринимательства, маркетинг)**» при подготовке к кандидатскому экзамену по специальности каждый аспирант готовит эссе по выбранной теме программы курса. Выполнение этого задания ориентировано на выработку навыков критического анализа исследовательских достижений по современной теории и практикеуправления и экономике предпринимательства, формирования представлений о современных требованиях к стандартам, формату и содержанию аналитических статей по данной проблематике.

Эссе объемом 8-10 страниц представляет собой критический обзор 3 статей по выбранной теме, опубликованных в периодической печати не ранее 2010 г. Допускается замена одной статьи материалом из сети Интернет или замена двух статей монографией, опубликованной не ранее 2010 г. При использовании статей на иностранных языках требования к эссе могут быть скорректированы.

Рекомендуется согласовать список выбранных источников с преподавателем, ведущим аудиторное занятие по данной теме.

Консультации по подготовке эссе проводятся на контактных часах.

Эссе должно отразить следующие положения:

6. Анализ актуальности проблемы, выбранной для исследования, с учетом существующих исследовательских достижений и литературы по теме.
7. Интересность, содержательность, новизна подходов к решению проблемы, насколько ясно и четко они сформулированы.
8. Преимущества и недостатки предлагаемых подходов.
9. Перспективы применения предлагаемых теоретических подходов или распространения практического опыта в других отраслях и организациях.
10. Аргументированную авторскую позицию. Обязательным требованием является правильное оформление сносок на первоисточники.

Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения

Критерии оценки Эссе

Критерии	Требования к аспиранту	Максимальное количество баллов
Знание и понимание теоретического материала.	- определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; - используемые понятия строго соответствуют теме; - самостоятельность выполнения работы;	10
Анализ и оценка информации	- грамотно применяет категории анализа; - умело использует примеры сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; - способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; - диапазон используемого информативного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); - обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; - дает личную оценку проблеме	10
Построение суждений	- яркость и четкость изложения; - логика структурирования доказательств - выдвинутые тезисы, сопровождающиеся грамотной аргументацией; приводятся различные точки зрения и их личная оценка; - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи;	10

Критерии	Требования к аспиранту	Максимальное количество баллов
Оформление работы	- работа отвечает требованиям к оформлению и использованию цитат; - соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; - оформление текста с полным соблюдением русской орфографии и пунктуации; - соответствие формальным требованиям.	10