

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN
Quản trị đổi mới sáng tạo
Bậc đào tạo: Đại học

(Ban hành theo Quyết định số /QĐ-ĐHKT ngày tháng năm 20....)

1. Thông tin chung về giảng viên

1.1 Giảng viên 1

Họ và tên: **Nhâm Phong Tuân**

Chức danh, học hàm, học vị: **Phó Giáo sư, Tiến sĩ**

Phòng làm việc: P307, Viện Quản trị Kinh doanh – Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Điện thoại: (043) 7547506, máy lẻ: 307

Hướng nghiên cứu chính: Quản trị chiến lược, Quản trị đổi mới sáng tạo, Quản trị công ty.

1.2 Giảng viên 2:

Họ và tên: **Phan Chí Anh**

Chức danh, học hàm, học vị: **Tiến sĩ**

Phòng làm việc: P307, Viện Quản trị Kinh doanh – Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Điện thoại: (043) 7547506, máy lẻ 307

Hướng nghiên cứu chính: Năng suất chất lượng, đổi mới sáng tạo.

2. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Quản trị đổi mới sáng tạo

- Mã học phần:

- Bậc đào tạo: Đại học

- Số tín chỉ: 03

- Các học phần tiên quyết: Không

- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động: 45

- Nghe giảng lý thuyết: 26

- Thảo luận và làm bài tập trên lớp: 19

- Địa điểm học: Giảng đường Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN

- Khoa phụ trách học phần: Viện Quản trị kinh doanh, ĐHKT, ĐHQGHN

3. Mục tiêu của học phần:

3.1. Kiến thức

Trình độ đạt được của sinh viên	Trình độ tương ứng theo thang bậc nhận thức của Bloom	Mục tiêu về kiến thức
Mức 1 (có khả năng tái hiện)	Mức 1 (Nhớ)	Nhớ được các khái niệm cơ bản về đổi mới sáng tạo, quản trị đổi mới sáng tạo, nghiên cứu và phát triển sản phẩm, thương mại hóa đổi mới sáng tạo.
Mức 2 (Có khả năng tái tạo)	Mức 2 & 3 (Hiểu và áp dụng)	- Hiểu rõ các mô hình chính của đổi mới sáng tạo. - Hiểu rõ và hình thành tư duy đổi mới sáng tạo. - Áp dụng tư duy đổi mới sáng tạo trong giải quyết các tình huống thực tế.
Mức 3 (Có khả năng lập luận)	Mức 4 & 5 (Phân tích và đánh giá)	-Phân tích đánh giá các tình huống đổi mới sáng tạo trong thực tế. -Phân tích và đề xuất được ý tưởng đổi mới sáng tạo và kế hoạch chiến lược sơ bộ thực hiện ý tưởng đó.

3.2. Kỹ năng và thái độ

Xây dựng ý thức tự giác, kích thích tính chủ động, say mê học hỏi, nghiên cứu, hăng hái tham gia bài học, tích cực với các chủ đề giáo viên đề xuất, nhập vai và phản biện lại các vấn đề liên quan đến nội dung môn học. Chủ động vận dụng lý thuyết và nghiên cứu tài liệu để hoàn thành bài tập và xử lý các tình huống trên lớp. Phát triển các kỹ năng giao tiếp, trình bày, làm việc nhóm, kỹ năng thuyết phục và tạo dựng mối quan hệ, mạng lưới quan hệ trong công việc và quan hệ xã hội. Tự tin, dám chấp nhận rủi ro và đương đầu với mọi thách thức.

3.3. Năng lực áp dụng kiến thức vào thực tiễn

Ứng dụng được tư duy, mô hình và cách thức đổi mới sáng tạo vào hoạt động kinh doanh thực tế thông qua việc phân tích các tình huống đổi mới sáng tạo; đề xuất ý tưởng và xây dựng kế hoạch chiến lược để đưa ý tưởng thành các bước đi hành động thông qua bài tập lớn xuyên suốt quá trình học.

4. Tóm tắt nội dung học phần (khoảng 150 từ)

Học phần bao gồm 4 nội dung chính:

Phần 1: Căn bản về đổi mới sáng tạo (Innovation management). Phần này tập trung giải thích các khái niệm chính liên quan đến đổi mới sáng tạo và quản trị đổi mới sáng tạo theo quá trình. Đồng thời phân tích vai trò của đổi mới sáng tạo đối với hoạt động kinh doanh và các mô hình đổi mới sáng tạo.

Phần 2: Chiến lược đổi mới sáng tạo. Phần này cung cấp kiến thức về chiến lược đổi mới sáng tạo; đặc điểm cũng như ưu thế và hạn chế của từng loại hình chiến lược đổi mới để từ đó lựa chọn các chiến lược đổi mới cho doanh nghiệp; nội dung các bước cơ bản của mô hình chiến lược đổi mới trong doanh nghiệp; lựa chọn được các chiến lược đổi mới để đạt mục tiêu.

Phần 3: Thiết kế và phát triển sản phẩm để đổi mới sáng tạo. Phần này khai thác những kiến thức về thiết kế và phát triển sản phẩm mới như quan điểm của các nhà quản trị công nghệ và quản trị đổi mới; công cụ và kỹ thuật cần thiết trong quá trình này như công cụ và kỹ thuật truyền thông, công cụ và kỹ thuật phát triển sản phẩm mới bền vững và công cụ đánh giá hiệu quả kinh tế của dự án thiết kế, phát triển sản phẩm mới.

Phần 4: Quy trình và thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo. Phần này cung cấp những kiến thức, mô hình căn bản về Thương mại hóa cho sản phẩm đổi mới: quá trình thương mại hóa cho đổi mới trải qua những bước nào, với các sản phẩm đổi mới khác nhau, doanh nghiệp nên lựa chọn các mảng thị trường nào để có thể cạnh tranh. Đồng thời học phần cung cấp cho người học các chiến lược, công cụ cần thiết để tiến hành hoạt động thương mại hóa cho các sản phẩm/dịch vụ đổi mới.

5. Nội dung chi tiết của học phần

PHẦN I: CĂN BẢN VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

CHƯƠNG 1: CĂN BẢN VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

1.1. Tổng quan đổi mới sáng tạo

- 1.1.1. Khái niệm đổi mới sáng tạo.
- 1.1.2. Mục đích của đổi mới sáng tạo.
- 1.1.3. Quá trình đổi mới sáng tạo.
- 1.1.4. Lĩnh vực đổi mới sáng tạo.
- 1.1.5. Tổ chức đổi mới sáng tạo.

1.2. Các mô hình đổi mới sáng tạo

- 1.2.1. Các mô hình đổi mới sáng tạo.
- 1.2.2. Đặc điểm của đổi mới sáng tạo.

1.3. Các yếu tố hình thành lợi nhuận từ sự đổi mới sáng tạo.

- 1.3.1. Lợi nhuận dựa trên lợi thế khác biệt hóa sản phẩm và giá
- 1.3.2. Mô hình tạo lập và tăng cường giá trị của tổ chức
- 1.3.3. Tài sản, Khả năng và Kiến thức.

1.4. Quản điểm quản trị đổi mới sáng tạo theo quá trình

- 1.4.1. Tiếp cận đổi mới sáng tạo theo quá trình
- 1.4.2. Quản trị đổi mới sáng tạo và sự đa dạng của các loại hình tổ chức

CHƯƠNG 2: NGUỒN GỐC CỦA NHỮNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

2.1. Tổng quan về nguồn gốc đổi mới

2.2. Nguồn gốc bên trong tổ chức

- 2.2.1. Nghiên cứu và phát triển (R&D)
- 2.2.2. Sản xuất
- 2.2.3. Marketing

2.3. Nguồn gốc bên ngoài tổ chức

- 2.3.1. Nhà cung cấp và khách hàng
- 2.3.2. Đối thủ cạnh tranh
- 2.3.3. Trường đại học, chính phủ, cơ quan nghiên cứu

PHẦN II: CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

CHƯƠNG 3: TỔNG QUAN VỀ CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

3.1. Các khái niệm cơ bản về chiến lược đổi mới sáng tạo

- 3.1.1. Khái niệm chung
- 3.1.2. Môi trường kinh doanh và tác động của môi trường kinh doanh
- 3.1.3. Cấu trúc thị trường
- 3.1.4. Các chiến lược cạnh tranh
- 3.1.5. Chiến lược kinh doanh và chiến lược đổi mới

3.2. Các loại hình chiến lược đổi mới sáng tạo

- 3.2.1. Phân loại chiến lược đổi mới theo mức độ chủ động.
- 3.2.2. Phân loại chiến lược đổi mới theo phong cách quản trị

CHƯƠNG 4: QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

4.1. Quá trình quản trị chiến lược đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

- 4.1.1. Quá trình quản trị chiến lược
- 4.1.2. Quá trình quản trị chiến lược đổi mới

4.2. Hoạch định chiến lược đổi mới sáng tạo

- 4.2.1. Xác định mục tiêu chiến lược đổi mới
- 4.2.2. Hình thành chiến lược đổi mới
- 4.2.3. Xác định và phát triển nguồn lực cho chiến lược đổi mới

4.3. Triển khai chiến lược đổi mới sáng tạo

4.3.1. Hoàn thiện cơ cấu tổ chức cho chiến lược đổi mới

4.3.2. Lãnh đạo thực thi chiến lược đổi mới

4.3.3. Kiểm tra và đánh giá hiệu quả chiến lược đổi mới

PHẦN III: THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

CHƯƠNG 5: QUÁ TRÌNH THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

5.1. Tổng quan về sản phẩm mới

5.2. Quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới

5.3. Quá trình phát triển sản phẩm mới trong các ngành khác nhau

CHƯƠNG 6: CÁC CÔNG CỤ VÀ KỸ THUẬT THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

6.1. Các công cụ và kỹ thuật truyền thông

6.1.1. Tổng quan về cơ cấu tổ chức và nhóm làm việc

6.1.2. Các mục tiêu rõ ràng

6.1.3. Cách tiếp cận theo nhóm đa chức năng

6.1.4. Sự ủng hộ của ban lãnh đạo

6.1.5. Sự tham gia của khách hàng và nhà cung ứng

6.2. Các công cụ và kỹ thuật thiết kế và phát triển sản phẩm mới vững chắc

6.2.1. Thiết kế và phát triển sản phẩm mới vững chắc

6.2.2. Phương pháp theo quá trình

6.3. Các công cụ và kỹ thuật thẩm định tính kinh tế cho việc phát triển sản phẩm mới vững chắc

6.3.1. Thẩm định kinh tế việc thiết kế và phát triển sản phẩm mới

6.3.2. Đo lường giá trị kinh tế

6.3.3. Ưu tiên hóa các dự án

6.4. Các yếu tố thành công trong quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới.

6.4.1. Kinh nghiệm về thực hiện quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới ở một vài công ty trên thế giới và ở Việt Nam

6.4.2. Tóm lược các điều kiện để quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới thành công

PHẦN IV: THƯƠNG MẠI HÓA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

CHƯƠNG 7: THƯƠNG MẠI HÓA CHO ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

7.1. Tổng quan thương mại cho đổi mới sáng tạo

7.1.1. Khái quát về thương mại hóa cho đổi mới

7.1.2. Quá trình phát triển sản phẩm mới trong các ngành khác nhau

7.2. Quá trình thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo

- 7.2.1. Quá trình thương mại hóa cho đổi mới
- 7.2.2. Rủi ro và rào cản trong quá trình thương mại hóa cho đổi mới
- 7.3. Phân tích thị trường cho sản phẩm đổi mới sáng tạo**
 - 7.3.1. Phân tích thị trường cho sản phẩm đổi mới
 - 7.3.2. Thị trường mục tiêu cho sản phẩm đổi mới
- 7.4. Chiến lược thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo**
 - 7.4.1. Thương mại hóa cho đổi mới trong doanh nghiệp hiện tại
 - 7.4.2. Thương mại hóa cho đổi mới qua khởi sự doanh nghiệp mới
- 7.5. Các hoạt động thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo**
 - 7.5.1. Các hoạt động phát triển kỹ thuật và thị trường cho đổi mới
 - 7.5.2. Các hoạt động tổ chức kinh doanh cho tổ chức

6. Học liệu

6.1 Học liệu bắt buộc

- [1] Bộ sách thuộc chương trình đổi mới sáng tạo của Innovation Partnership Program (IPP) năm 2012 gồm các phần: Căn Bản đổi mới sáng tạo (1A); Chiến lược đổi mới sáng tạo (1B); Thiết kế và phát triển sản phẩm để đổi mới sáng tạo (1C); Thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo (1D).
- [2] Nhân Phong Tuấn (2016). Phân tích đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp Việt Nam. NXB ĐHQGHN.
- [3] Tidd, J., Bessant, J., và Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating technological, market, and organizational change*. 3E. CA: John Wiley & Sons Ltd.

6.2 Học liệu tham khảo (đánh số thứ tự tiếp theo của học liệu bắt buộc)

- [4]. Allan Afuah, Innovation Management: Strategies, Implementation and profits - Quản trị quá trình đổi mới và sáng tạo. Người dịch: Nguyễn Hồng, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [5]. Cẩm nang kinh doanh Harvard, Managing Creativity and Innovation - Quản lý tính sáng tạo và đổi mới. Người dịch: Trần Thị Bích Nga, Phạm Ngọc Sáu, NXB Tổng hợp TP. HCM.
- [6]. Kaplan, H.B. (2003). *Organizational Innovation*. CA: Springer
- [7]. O'Brien, E., Cliffold, S., Southern, M. (2011). *Knowledge management for processes, organizational, and marketing innovation*. NY: Hershey
- [8]. Drucker, "Discipline of Innovation"; (available at www.hbsp.org)
- [9]. Bryan, "Just in Time Strategy" (available at class web site: <http://groups.google.com/group/harvardinnovation>).
- [10]. Mauborgne, René, *Blue Ocean Strategy*, Boston, Harvard Business School Press, 2005. ISBN: 1-59139-619-0.

7. Hình thức tổ chức dạy học:

7.1 Lịch trình chung

Tuần	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy học (giờ tín chỉ)			Tổng	Hình thức kiểm tra, đánh giá
		Lý thuyết	Thực hành			
1	Giới thiệu môn học + Chương 1	3	0		3	Đề cương, học liệu, chia 12 nhóm
2	Chương 1	2	1		3	Trình bày case
3	Chương 1	2	1		3	Trình bày case
4	Chương 2	2	1		3	Trình bày case
5	Chương 3	2	1		3	Trình bày case
6	Chương 4	2	1		3	Trình bày case
7	Chương 4	2	1		3	Trình bày case
8	Kiểm tra giữa kì	1	2		3	Trình bày case+ Kiểm tra tự luận
9	Chương 5	2	1		3	Trình bày case
10	Chương 6	2	1		3	Trình bày case
11	Chương 6	2	1		3	Trình bày case
12	Chương 7	2	1		3	Trình bày case
13	Chương 7	2	1		3	Trình bày case
14	Ôn tập + Trình bày dự án cuối kì	0	3			Trình bày dự án cuối kì
15	Trình bày dự án cuối kì	0	3		3	Trình bày dự án cuối kì
Tổng		26	19		45	

7.2 Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể: (từ tuần 1 đến tuần 15)

Tuần 1: Giới thiệu môn học và Chương 1

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (3 giờ tín chỉ)	Trên lớp	CHƯƠNG 1: CĂN BẢN VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO 1.2. Tổng quan đổi mới sáng tạo 1.1.1. Khái niệm đổi mới sáng tạo. 1.1.2. Mục đích của đổi mới sáng tạo. 1.1.3. Quá trình đổi mới sáng tạo. 1.1.4. Lĩnh vực đổi mới sáng tạo. 1.1.5. Tổ chức đổi mới sáng tạo.	Đọc đề cương học phần Đọc tài liệu 1A – Chương 1	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 2: Chương 1

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		1.2. Các mô hình đổi mới sáng tạo 1.2.1. Các mô hình đổi mới sáng tạo. 1.2.2. Đặc điểm của đổi mới sáng tạo. 1.3. Các yếu tố hình thành lợi nhuận từ sự đổi mới sáng tạo. 1.3.1. Lợi nhuận dựa trên lợi thế khác biệt hóa sản phẩm và giá	Đọc tài liệu 1A – Chương 2,3 Tài liệu số 2,3	

		1.3.2. Mô hình tạo lập và tăng cường giá trị của tổ chức 1.3.3. Tài sản, Khả năng và Kiến thức.		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 3: Chương 1

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		1.4. Quản điểm quản trị đổi mới sáng tạo theo quá trình 1.4.1. Tiếp cận đổi mới sáng tạo theo quá trình 1.4.2. Quản trị đổi mới sáng tạo và sự đa dạng của các loại hình tổ chức	Đọc tài liệu 1A – Chương 1 Tài liệu số 2, 3- chương 1	
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 4: Chương 2

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 2: NGUỒN GỐC CỦA NHỮNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO 2.1. Tổng quan về nguồn gốc đổi mới	Đọc tài liệu 1A – Chương 4 Tài liệu 3- chương 5	

		2.2. Nguồn gốc bên trong tổ chức 2.2.1. Nghiên cứu và phát triển (R&D) 2.2.2. Sản xuất 2.2.3. Marketing 2.3. Nguồn gốc bên ngoài tổ chức 2.3.1. Nhà cung cấp và khách hàng 2.3.2. Đối thủ cạnh tranh 2.3.3. Trường đại học, chính phủ, cơ quan nghiên cứu		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 5: chương 3

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 3: TỔNG QUAN VỀ CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO 3.1. Các khái niệm cơ bản về chiến lược đổi mới sáng tạo 3.1.1. Khái niệm chung 3.1.2. Môi trường kinh doanh và tác động của môi trường kinh doanh 3.1.3. Cấu trúc thị trường 3.1.4. Các chiến lược cạnh tranh 3.1.5. Chiến lược kinh doanh và chiến lược đổi		

		mới 3.2. Các loại hình chiến lược đổi mới sáng tạo 3.2.1. Phân loại chiến lược đổi mới theo mức độ chủ động. 3.2.2. Phân loại chiến lược đổi mới theo phong cách quản trị		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 6: Chương 4

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 4: QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO 4.1. Quá trình quản trị chiến lược đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp 4.1.1. Quá trình quản trị chiến lược 4.1.2. Quá trình quản trị chiến lược đổi mới 4.2. Hoạch định chiến lược đổi mới sáng tạo 4.2.1. Xác định mục tiêu chiến lược đổi mới 4.2.2. Hình thành chiến lược đổi mới 4.2.3. Xác định và phát triển nguồn lực cho chiến lược đổi mới		
Thực hành		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	

(1 giờ tín chỉ)				
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 7: Chương 4

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		4.3. Triển khai chiến lược đổi mới sáng tạo 4.3.1. Hoàn thiện cơ cấu tổ chức cho chiến lược đổi mới 4.3.2. Lãnh đạo thực thi chiến lược đổi mới 4.3.3. Kiểm tra và đánh giá hiệu quả chiến lược đổi mới		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 8: Kiểm tra giữa kì

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		Trình bày case Kiểm tra giữa kì		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 9: Chương 5

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 5: QUÁ TRÌNH THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI 5.1. Tổng quan về sản phẩm mới 5.2. Quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới 5.3. Quá trình phát triển sản phẩm mới trong các ngành khác nhau		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 10: Chương 6

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 6: CÁC CÔNG CỤ VÀ KỸ THUẬT THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI 6.1. Các công cụ và kỹ thuật truyền thông 6.1.1. Tổng quan về cơ cấu tổ chức và nhóm làm việc 6.1.2. Các mục tiêu rõ ràng 6.1.3. Cách tiếp cận theo nhóm đa chức năng 6.1.4. Sự ủng hộ của ban lãnh đạo 6.1.5. Sự tham gia của khách hàng và nhà cung ứng		

		6.2. Các công cụ và kỹ thuật thiết kế và phát triển sản phẩm mới vững chắc 6.2.1. Thiết kế và phát triển sản phẩm mới vững chắc 6.2.2. Phương pháp theo quá trình		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 11: Chương 6

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		6.3. Các công cụ và kỹ thuật thẩm định tính kinh tế cho việc phát triển sản phẩm mới vững chắc 6.3.1. Thẩm định kinh tế việc thiết kế và phát triển sản phẩm mới 6.3.2. Đo lường giá trị kinh tế 6.3.3. Ưu tiên hóa các dự án 6.4. Các yếu tố thành công trong quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới. 6.4.1. Kinh nghiệm về thực hiện quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới ở một vài công ty trên thế giới và ở Việt Nam 6.4.2. Tóm lược các điều kiện để quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm mới thành công		

Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 12: Chương 7

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (2 giờ tín chỉ)		CHƯƠNG 7: THƯƠNG MẠI HÓA CHO ĐỔI MỚI SÁNG TẠO 7.1. Tổng quan thương mại cho đổi mới sáng tạo 7.1.1. Khái quát về thương mại hóa cho đổi mới 7.1.2. Quá trình phát triển sản phẩm mới trong các ngành khác nhau 7.2. Quá trình thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo 7.2.1. Quá trình thương mại hóa cho đổi mới 7.2.2. Rủi ro và rào cản trong quá trình thương mại hóa cho đổi mới		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 13: Chương 7

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết		7.3. Phân tích thị trường cho sản phẩm đổi mới		

(2 giờ tín chỉ)		sáng tạo 7.3.1. Phân tích thị trường cho sản phẩm đổi mới 7.3.2. Thị trường mục tiêu cho sản phẩm đổi mới 7.4. Chiến lược thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo 7.4.1. Thương mại hóa cho đổi mới trong doanh nghiệp hiện tại 7.4.2. Thương mại hóa cho đổi mới qua khởi sự doanh nghiệp mới 7.5. Các hoạt động thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo 7.5.1. Các hoạt động phát triển kỹ thuật và thị trường cho đổi mới 7.5.2. Các hoạt động tổ chức kinh doanh cho tổ chức		
Thực hành (1 giờ tín chỉ)		1 nhóm trình bày case tự chọn và thảo luận	Tự tìm tài liệu phù hợp	
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 14: Trình bày dự án

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (0 giờ tín chỉ)				

Thực hành (3 giờ tín chỉ)		Nửa số nhóm trong lớp trình bày dự án		
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

Tuần 15: Trình bày dự án

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian, địa điểm	Nội dung chính	Yêu cầu người học chuẩn bị	Ghi chú
Lý thuyết (0 giờ tín chỉ)				
Thực hành (3 giờ tín chỉ)		Nửa số nhóm trong lớp trình bày dự án		
Tư vấn		Trả lời thắc mắc của học viên qua email		

8. Chính sách đối với học phần và các yêu cầu khác của giảng viên

Học phần đòi hỏi tính tích cực của sinh viên trong việc tự tìm kiếm và thể hiện năng lực cá nhân. Phương châm: “dạy ít – học nhiều” sẽ triển khai suốt quá trình dạy – học.

Trước khi đến lớp, sinh viên đọc trước tài liệu tham khảo theo kế hoạch giảng dạy.

Sinh viên đến lớp để nghe giảng viên nhấn mạnh các khái niệm và ý tưởng quan trọng hay khó của mỗi chương.

Tham gia các bài tập thảo luận và bài tập trên lớp.

9. Phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá kết quả học tập học phần

9.1. Mục đích và trọng số kiểm tra - đánh giá

Hình thức	Tính chất của nội dung kiểm tra	Mục đích kiểm tra	Trọng số
Điểm danh	Điểm danh hàng ngày, gọi sinh viên trả lời trong bài giảng	Đánh giá thái độ học tập đối với học phần	10%
Bài tập nhóm	Lớp được chia đều ngẫu nhiên thành 12 nhóm ngay từ buổi đầu tiên để làm bài tập nhóm hàng tuần.	Đánh giá năng lực làm việc theo nhóm Đánh giá khả năng thu thập, trình bày và trả lời câu hỏi	20%
Bài kiểm tra giữa kỳ	Hình thức viết về nội dung các học phần đã học	Đánh giá sinh viên đạt được bao nhiêu phần trăm mục tiêu về kiến thức ở cấp độ 1,2 & một phần mức 3	25%
Viết báo cáo dự án cuối môn học	Dự án đề xuất ý tưởng kinh doanh đổi mới sáng tạo (12 nhóm dự án)	Đánh giá sinh viên đạt được bao nhiêu phần trăm mục tiêu về kiến thức ở cấp độ 1,2 & 3	45%
			100%

9.2. Tiêu chí đánh giá các loại bài tập và kiểm tra đánh giá (lưu ý cần chỉ rõ tiêu chí, mức độ mục tiêu bậc mấy)

9.2.1. Điểm đánh giá chuyên cần của sinh viên trong cả quá trình học

Các tiêu chí đánh giá bao gồm: Tham dự số buổi học trên lớp và tham gia xây dựng bài

- Tham dự 100% số buổi học và tham gia xây dựng bài học 10 điểm

- Tham dự 100% số buổi học và không tham gia xây dựng bài học 9 điểm
- Tham dự 90% số buổi học và tham gia xây dựng bài học 9 điểm
- Tham dự 90% số buổi học và không tham gia xây dựng bài học 8 điểm
- Tham dự 80% số buổi học và tham gia xây dựng bài học 8 điểm
- Tham dự 80% số buổi học và không tham gia xây dựng bài học 7 điểm
- Tham dự 70% số buổi học và tham gia xây dựng bài học 7 điểm
- Tham dự 70% số buổi học và không tham gia xây dựng bài học 6 điểm
- Tham dự dưới 70% số buổi học 0 điểm

9.2.2. Bài tập nhóm (đánh giá mức độ đạt mục tiêu bậc 1, 2, 3)

Mỗi nhóm sẽ trình bày 1 lần bài tập nhóm luân phiên các buổi học. Bài tập nhóm là chọn một doanh nghiệp/tổ chức bất kì (khác nhau giữa các lần, và khác nhóm khác); và giới thiệu, phân tích các khía cạnh đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp đó, và đưa ra những bài học kinh nghiệm.

Tiêu chí đánh giá:

Tiêu chí 1: Nội dung trình bày đúng với tên đề tài, logic và đầy đủ (70%)

Tiêu chí 2: Các thành viên trong nhóm trả lời tốt câu hỏi của GV và SV khác (20%)

Tiêu chí 3: Thể hiện sự chuyên nghiệp trong trình bày (10%)

Các thành viên nhận cùng số điểm của nhóm do giảng viên đánh giá. Nếu nhóm trưởng có báo cáo thành viên nào ít tham gia hoặc không làm thì sẽ bị thấp điểm hơn so với các bạn cùng nhóm. Nếu đến phiên trình bày mà không trình bày thì sẽ nhận 0 điểm. Nếu chọn doanh nghiệp bị trùng với nhóm khác sẽ bị trừ 50% số điểm nhận được.

9.2.3. Bài kiểm tra giữa kỳ: (đánh giá mức độ đạt mục tiêu bậc 1, 2 và 3). Sinh viên sẽ làm bài kiểm tra dưới hình thức viết trên lớp. Tiêu chí đánh giá đối với bài tự luận:

- Nội dung:

+ *Tiêu chí 1:* Hiểu và giải thích lại các khái niệm cơ bản liên quan đến nội dung môn học

+ *Tiêu chí 2:* Đưa ra các ví dụ minh họa cho các quan điểm lập luận trong bài viết.

- Hình thức: Thi viết tự luận

9.2.4. Bài thi hết môn (đánh giá mức độ đạt mục tiêu bậc 1, 2 và 3):

Bài thi hết môn là dự án đề xuất ý tưởng đổi mới sáng tạo. 12 nhóm sẽ làm 12 dự án. 12 nhóm này sẽ được giảng viên ghép ngẫu nhiên, khác so với 12 nhóm trình bày bài tập nhóm ở trên. Tiêu chí chung đánh giá dự án giống như tiêu chí đánh giá bài tập nhóm ở mục 9.2.2 trên. Cụ thể, dự án được đánh giá thông qua hai mục:

- Trình bày tóm tắt dự án ý tưởng trước lớp và giảng viên vào buổi cuối môn học. Trình bày trong 15 phút mỗi nhóm. Mục này sẽ chiếm 30% trọng số điểm tổng thể của dự án.
- Hoàn thiện bản dự án toàn văn 1 tuần sau khi kết thúc học phần và nộp bản cứng cho giảng viên phụ trách. Nội dung bản dự án toàn văn này sẽ chiếm 70% còn lại trọng số điểm tổng thể của dự án.

Gợi ý về hình thức trình bày dự án:

- Trang bìa (tên dự án, tên thành viên trong nhóm)
- Mục lục nội dung
- Giới thiệu về dự án kinh doanh (Khởi nguồn ý tưởng, mô tả sản phẩm, Tầm nhìn, Sứ mệnh, mục tiêu, ý nghĩa đối với xã hội).
- Phân tích thị trường
- Kế hoạch hành động
- Kế hoạch truyền thông – marketing
- Kế hoạch nhân sự
- Kế hoạch tài chính
- Quản trị rủi ro
- Nghĩa vụ pháp lý

9.3 Lịch thi, kiểm tra:

- Học phần này không thi tập trung cuối kỳ mà sinh viên cần làm dự án đề xuất ý tưởng kinh doanh đổi mới sáng tạo, nộp bản cứng cho giảng viên phụ trách 1 tuần sau khi kết thúc môn học.
- Lịch kiểm tra được ghi trong mục 7.1 của đề cương học phần. Nếu có sự thay đổi giảng viên sẽ thông báo trước cho sinh viên 01 tuần.

Giảng viên

Chủ nhiệm bộ môn

Viện Trưởng

Phê duyệt

PGS.TS. Nhâm
Phong Tuấn

BẢN ĐẶC TẢ HỌC PHẦN

1. Mã học phần:
2. Tên học phần: Quản trị đổi mới sáng tạo
3. Bậc đào tạo: Đại học
4. Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Việt
5. Số tín chỉ: 03
6. Giảng viên: PGS.TS. Nhâm Phong Tuân
7. Mục tiêu học phần (chuẩn đầu ra)

7.1. Kiến thức

Trình độ đạt được của sinh viên	Trình độ tương ứng theo thang bậc nhận thức của Bloom	Mục tiêu về kiến thức
Mức 1 (có khả năng tái hiện)	Mức 1 (Nhớ)	Nhớ được các khái niệm cơ bản về đổi mới sáng tạo, quản trị đổi mới sáng tạo, nghiên cứu và phát triển sản phẩm, thương mại hóa đổi mới sáng tạo.
Mức 2 (Có khả năng tái tạo)	Mức 2 & 3 (Hiểu và áp dụng)	- Hiểu rõ các mô hình chính của đổi mới sáng tạo. - Hiểu rõ và hình thành tư duy đổi mới sáng tạo. - Áp dụng tư duy đổi mới sáng tạo trong giải quyết các tình huống thực tế.
Mức 3 (Có khả năng lập luận)	Mức 4 & 5 (Phân tích và đánh giá)	-Phân tích đánh giá các tình huống đổi mới sáng tạo trong thực tế. -Phân tích và đề xuất được ý tưởng đổi mới sáng tạo và kế hoạch chiến lược sơ bộ thực hiện ý tưởng đó.

7.2. Kỹ năng và thái độ

Xây dựng ý thức tự giác, kích thích tính chủ động, say mê học hỏi, nghiên cứu, hăng hái tham gia bài học, tích cực với các chủ đề giáo viên đề xuất, nhập vai và phân biện lại các vấn đề liên quan đến nội dung môn học. Chủ động vận dụng lý thuyết và nghiên cứu tài liệu để hoàn thành bài tập và xử lý các tình huống trên lớp. Phát triển các kỹ năng giao tiếp, trình bày, làm việc nhóm, kỹ năng thuyết phục và tạo dựng môi

quan hệ, mạng lưới quan hệ trong công việc và quan hệ xã hội. Tự tin, dám chấp nhận rủi ro và đương đầu với mọi thách thức.

7.3. Năng lực áp dụng kiến thức vào thực tiễn

Ứng dụng được tư duy, mô hình và cách thức đổi mới sáng tạo vào hoạt động kinh doanh thực tế thông qua việc phân tích các tình huống đổi mới sáng tạo; đề xuất ý tưởng và xây dựng kế hoạch chiến lược để đưa ý tưởng thành các bước đi hành động thông qua bài tập lớn xuyên suốt quá trình học.

8. Giới thiệu chung về học phần:

Học phần bao gồm 4 nội dung chính:

Phần 1: Căn bản về đổi mới sáng tạo (Innovation management). Phần này tập trung giải thích các khái niệm chính liên quan đến đổi mới sáng tạo và quản trị đổi mới sáng tạo theo quá trình. Đồng thời phân tích vai trò của đổi mới sáng tạo đối với hoạt động kinh doanh và các mô hình đổi mới sáng tạo.

Phần 2: Chiến lược đổi mới sáng tạo. Phần này cung cấp kiến thức về chiến lược đổi mới sáng tạo; đặc điểm cũng như ưu thế và hạn chế của từng loại hình chiến lược đổi mới để từ đó lựa chọn các chiến lược đổi mới cho doanh nghiệp; nội dung các bước cơ bản của mô hình chiến lược đổi mới trong doanh nghiệp; lựa chọn được các chiến lược đổi mới để đạt mục tiêu.

Phần 3: Thiết kế và phát triển sản phẩm để đổi mới sáng tạo. Phần này khai thác những kiến thức về thiết kế và phát triển sản phẩm mới như quan điểm của các nhà quản trị công nghệ và quản trị đổi mới; công cụ và kỹ thuật cần thiết trong quá trình này như công cụ và kỹ thuật truyền thông, công cụ và kỹ thuật phát triển sản phẩm mới bền vững và công cụ đánh giá hiệu quả kinh tế của dự án thiết kế, phát triển sản phẩm mới.

Phần 4: Quy trình và thương mại hóa cho đổi mới sáng tạo. Phần này cung cấp những kiến thức, mô hình căn bản về Thương mại hóa cho sản phẩm đổi mới: quá trình thương mại hóa cho đổi mới trải qua những bước nào, với các sản phẩm đổi mới khác nhau, doanh nghiệp nên lựa chọn các mảng thị trường nào để có thể cạnh tranh. Đồng thời học phần cung cấp cho người học các chiến lược, công cụ cần thiết để tiến hành hoạt động thương mại hóa cho các sản phẩm/dịch vụ đổi mới.

9. Số giờ lên lớp/tuần: 03

10. Phương pháp giảng dạy: Giảng trên lớp, thảo luận, trình bày bài tập nhóm.

11. Phương pháp kiểm tra đánh giá: Chuyên cần, Bài tập nhóm, Kiểm tra giữa kì, Viết dự án kinh doanh đổi mới sáng tạo.

12. Giáo trình bắt buộc (tác giả, tên sách, năm xuất bản): Bộ sách về Đổi mới sáng tạo của IPP (lưu hành nội bộ).

13. Yêu cầu tiên quyết: Quản trị học

14. Liên hệ:

PGS.TS. Nhâm Phong Tuân

Phòng làm việc: P307, Viện Quản trị Kinh doanh – Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

CHỦ NHIỆM KHOA

CHỦ NHIỆM BỘ MÔN

cuu duong than cong . com