

# Глоссарий

## Глоссарий

<b>Customer Development</b> — методика, основанная на клиентоориентированном подходе к ведению бизнеса, согласно которой продукт обязательно должен решать проблему клиента, т. е. сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот	Тема 6, с. 68
<b>HADI-цикл (англ. Hypothesis — Action — Data — Insights — гипотеза — действие — данные — выводы)</b> — методика циклического процесса проверки гипотез (предположений), лежащих в основе создания стартапа, продукта/услуги, планирования их ключевых показателей	Тема 9, с. 122
<b>Funding Pitch</b> — презентация для привлечения инвестиций	Тема 14, с. 179
<b>IP-стратегия инновационного проекта</b> — стратегия инновационного проекта в части вопросов интеллектуальной собственности. Является одной из важнейших частей общей стратегии инновационного проекта. Должна отвечать на следующие вопросы: 1) в чем состоит инновационная разработка (описание всех ее существенных признаков и ключевых конкурентных преимуществ); 2) какие известны аналоги или наиболее близкие разработки; 3) в качестве какого вида объектов ИС разработка будет оформляться и охраняться и почему (выбор способа(-ов) и обоснование выбора); 4) каковы планируемые способы коммерциализации разработки и обоснование их выбора; 5) планируется ли правовая охрана «бренда» проекта и в какой форме (с обоснованием выбора)	Тема 7, с. 81
<b>MVP (Minimal Viable Product)</b> — минимальная версия продукта, которая уже имеет для потребителя ценность	Тема 5, с. 61
<b>PLM (Product Life Cycle Management)</b> — система управления жизненным циклом продукта, от разработки до утилизации после использования	Тема 5, с. 58
<b>TPMRL</b> — Technology, Product, Manufacturing Readiness Levels — уровни готовности технологии, продукта, производства	Тема 5, с. 62
<b>User Experience (UX)</b> — это восприятие и ответные действия пользователя, возникающие в результате использования и/или предстоящего использования продукции, системы или услуги	Тема 5, с. 61
<b>Барьеры</b> — препятствия, не позволяющие субъекту сформировать и предъявить запрос на товар или услугу	Тема 6, с. 71
<b>Бережливый стартап (Lean Startup)</b> — метод быстрого тестирования идей новых продуктов на реальных потребителях и постоянной корректировки бизнес-модели, с тем чтобы начинать масштабные вложения только тогда, когда идея подтверждена фактами. Включает методы бережливого производства, дизайн-мышление, модель развития потребителей и гибкую методологию разработки	Тема 9, с. 120
<b>Беспатентные лицензии</b> — это лицензии на объекты интеллектуальной собственности, не защищенные патентом (например, ноу-хау)	Тема 8, с. 105
<b>Бизнес-ангелы</b> — это частные инвесторы (физические или юридические лица), которые инвестируют собственные средства в компании на начальных стадиях развития, обладающие значительным потенциалом роста, как правило, без предоставления какого-либо залога	Тема 11, с. 143
<b>Бизнес-акселераторы</b> — структуры или программы, которые подразумевают различные инструменты (образование, менторство, экспертизу и др.) для интенсивного развития компаний за определенный период (обычно 3–4 месяца). Обычно (но не всегда) за участие в акселераторе команды отдают небольшую долю своей компании (обычно 5–7%). Цель акселераторов: отобрать и ускорить развитие стартапов с потенциалом взрывного роста для последующей продажи доли в успешном проекте	Тема 15, с. 189

<b>Бизнес-инкубаторы</b> — это структуры, которые создают наиболее благоприятные условия для начального этапа развития стартапов. Они помогают стартапам выживать на самом сложном этапе их развития, создают условия для роста, среду для быстрого накопления опыта и формирования бизнес-связей, а также снижают риск «провала» вновь созданных компаний	Тема 15, с. 188
<b>Бизнес-модель</b> — это концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли)	Тема 3, с. 36
<b>Бизнес-план</b> — это программа (дорожная карта) последовательной реализации действий компании, включающая в себя основные сведения о компании, основном виде деятельности, производимом продукте/услуге, процессе производства, целевых рынках сбыта, маркетинге, организации бизнес-процессов, а также оценку эффективности. Это документ, в котором систематизируются основные положения деятельности, развития компании на определенный период, базовым фундаментом которого является бизнес-модель	Тема 3, с. 40
<b>Бутстрэппинг</b> — это развитие собственного небольшого бизнеса с нуля без привлечения инвестиций либо при минимальном участии внешнего капитала	Тема 11, с. 140
<b>Венчурный капитал</b> (от англ. venture capital) — буквально означает высокорисковый капитал, т. е. такой капитал, который направляется на финансирование молодых быстрорастущих компаний в обмен на долю в их собственности с целью долгосрочного участия в управлении и осуществлении выхода на этапе максимальной рыночной стоимости, при этом такие инвестиции отличаются высокой степенью риска и высокой доходностью	Тема 11, с. 143
<b>Взаимоотношения с клиентами</b> — характер отношений с клиентами в зависимости от решаемых компанией задач: приобретение клиентов; удержание клиентов; увеличение продаж	Тема 3, с. 40
<b>Внутренняя норма рентабельности (доходности) — IRR (англ. Internal Rate Of Return)</b> — представляет собой такое значение нормы дисконта, при которой чистая текущая стоимость проекта равна нулю	Тема 12, с. 160
<b>Возвратные лицензии</b> — лицензионные договоры на использование усовершенствований, сделанных лицензиатом на основе объектов интеллектуальной собственности, право использования которых лицензиат первоначально получил по основному лицензионному договору	Тема 8, с. 106
<b>Временная правовая охрана изобретения</b> (ст. 1392 ГК РФ) — правовая охрана, предоставляемая со дня публикации патентным ведомством сведений о заявке до даты публикации этим же ведомством сведений о выдаче патента	Тема 7, с. 90
<b>Генерирование бизнес-идей</b> — это процесс, основанный на творческом поиске, призванном идентифицировать решение проблем потребителей и новые возможности, которые возникают на рынке	Тема 3, с. 34
<b>Гибкая методология разработки (agile-методы)</b> — методология, основанная на коротких итерациях с динамическим переопределением требований на каждом этапе и производимая самоорганизующимися рабочими группами из специалистов различного профиля	Тема 5, с. 61
<b>Гибридные лицензии</b> — лицензия выдается на запатентованный объект интеллектуальной собственности (например, изобретение) и незапатентованный (например, ноу-хау)	Тема 8, с. 105
<b>Глубинное интервью</b> — слабоструктурированная личная беседа интервьюера с респондентом в форме, побуждающей последнего к подробным ответам на задаваемые вопросы	Тема 4, с. 48
<b>Государственная инновационная политика</b> заключается в определении органами государственной власти РФ и органами государственной власти субъектов РФ целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов. Государственная инновационная политика является важной составной частью государственной социально-экономической политики	Тема 16, с. 196



<b>Гранты</b> — это безвозвратные средства, выделяемые для достижения конкретных целей в согласованные сроки	Тема 11, с. 142
<b>Группа (малая группа)</b> — немногочисленная общность людей, обладающая структурой и объединенная общей целью деятельности, члены которой взаимодействуют друг с другом	Тема 2, с. 22
<b>Денежный поток</b> («сальдо реальных денег») — разность между притоком (поступлением) и оттоком (выплатами) денежных средств на каждом шаге расчета	Тема 11, с. 149
<b>Дисконтирование</b> — это приведение будущих денежных поступлений и выплат по проекту к настоящему периоду. Целью данной процедуры является определение ценности будущих поступлений от реализации того или иного проекта с позиции текущего момента	Тема 12, с. 159
<b>Дисконтированный срок окупаемости проекта — DPP (англ. Discounted Payback Period)</b> — представляет собой период времени, в течение которого накопленный дисконтированный денежный поток покрывает величину инвестированного капитала	Тема 12, с. 160
<b>Долина смерти</b> — этап развития стартапа, когда уже набрана определенная целевая аудитория, есть продажи и лояльные клиенты, но дальнейший рост не происходит	Тема 9, с. 125
<b>Жизненный цикл продукта</b> охватывает все этапы существования продукта от его замысла до утилизации по окончании жизненного цикла. Доходной стадией жизненного цикла является только стадия продаж, остальные стадии — расходные	Тема 5, с. 58
<b>Инвестор</b> — физическое или юридическое лицо, осуществляющее вложение капитала с целью его увеличения в будущем	Тема 9, с. 119
<b>Инновационная экосистема</b> — сеть институтов частного и общественного секторов, чья деятельность и взаимосвязи направлены на инициацию, импорт, модификацию и диффузию новых технологий	Тема 15, с. 188
<b>Инновационная инфраструктура</b> — это часть национальной инновационной системы, которая содействует переводу научных знаний в коммерчески привлекательные продукты	Тема 15, с. 187
<b>Инновационные территориальные кластеры</b> — совокупность размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций (участников кластера), которая характеризуется наличием: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Объединяющей участников кластера научно-производственной цепочки в одной или нескольких отраслях (ключевых видах экономической деятельности).</li> <li>• Механизма координации деятельности и кооперации участников кластера.</li> <li>• Синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации</li> </ul>	Тема 16, с. 198
<b>Инновационный процесс</b> — это процесс преобразования научного знания в инновацию (от идеи до конечного продукта и его дальнейшего практического использования). Деятельность, связанная с таким преобразованием, называется инновационной деятельностью. Другими словами, инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций	Тема 1, с. 10
<b>Инновация</b> — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде: а) новых или усовершенствованных продуктов или услуг, внедренных на рынках; б) новых или усовершенствованных технологических процессов; в) новых способов организации производства, использованных в практической деятельности	Тема 1, с. 9
<b>Институты развития</b> — катализаторы частных инвестиций в приоритетных секторах и отраслях экономики, создающие условия для формирования инфраструктуры, обеспечивающей доступ предприятиям, функционирующим в приоритетных сферах экономики, к необходимым финансовым и информационным ресурсам	Тема 16, с. 198
<b>Интеллектуальная собственность</b> — это права на те или иные нематериальные результаты человеческого труда	Тема 7, с. 81

<b>Каналы дистрибуции</b> — каналы, места продажи, используемые для распространения товара	Тема 4, с. 51
<b>Каналы сбыта</b> — то, как компания взаимодействует с потребительскими сегментами и доносит до них свои ценностные предложения	Тема 3, с. 40
<b>Ключевые виды деятельности</b> — действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели. Это те виды деятельности, без которых невозможна эффективная работа компании	Тема 3, с. 40
<b>Ключевые партнеры</b> — сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель	Тема 3, с. 40
<b>Ключевые ресурсы</b> — наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели и позволяющие создавать и доставлять до потребителя ценностные предложения	Тема 3, с. 40
<b>Командный дух</b> — это чувство единения, общности и принадлежности к группе	Тема 2, с. 26
<b>Командный лидер</b> — это умелый организатор, способный и готовый формировать команду единомышленников, не предполагающую безусловное подчинение или однозначное согласие с его мнением	Тема 2, с. 24
<b>Комплекс маркетинга (marketing-mix)</b> — это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка	Тема 4, с. 51
<b>Конкуренты</b> — группы лиц или организаций, поставляющих на рынок аналогичные товары и услуги	Тема 4, с. 50
<b>Лифтовая презентация (Elevator pitch)</b> — это самая короткая презентация проекта, которую можно успеть сделать во время поездки с инвестором на лифте	Тема 14, с. 178
<b>Макросреда</b> представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду, такими как факторы демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера	Тема 4, с. 50
<b>Малое инновационное предприятие</b> — юридическое лицо, в капитал которого входит высшее учебное заведение, в этом случае все права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность на инновации) принадлежат университету	Тема 9, с. 124
<b>Маркетинг</b> — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена	Тема 4, с. 46
<b>Маркетинговые исследования</b> — систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах	Тема 4, с. 46
<b>Международные рынки</b> — покупатели за рубежом, страны, включая зарубежных потребителей, производителей, промежуточных продавцов и государственные учреждения	Тема 4, с. 49
<b>Метод водопада, или каскадная модель,</b> — традиционная «цепочка» жестко заданных стадий жизненного цикла разработки — с последовательным прохождением стадий анализа требований, проектирования, реализации, тестирования, интеграции и поддержки	Тема 5, с. 60
<b>Микросреда</b> представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры, т. е. поставщиками, маркетинговыми посредниками, клиентами, конкурентами и контактными аудиториями	Тема 4, с. 49
<b>Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР; Research and Development, R&amp;D)</b> — совокупность работ, направленных на получение новых знаний и практическое применение при создании нового изделия или технологии	Тема 10, с. 130



<b>Национальная инновационная система</b> — это совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ. В то же время НИС — комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющих прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности	Тема 15, с. 185
<b>Национальная технологическая инициатива (НТИ)</b> — долгосрочная комплексная программа по созданию условий для обеспечения лидерства российских компаний на новых высокотехнологичных рынках, которые будут определять структуру мировой экономики в ближайшие 15–20 лет	Тема 16, с. 199
<b>Новшество (новация)</b> — это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований и разработок в какой-либо сфере деятельности (новое знание, метод, изобретение)	Тема 1, с. 9
<b>Норма дисконта</b> — минимально приемлемая для инвестора норма дохода на вложенный в проект капитал	Тема 12, с. 160
<b>Обязательные лицензии</b> — решение на использование объектов патентных прав, выдаваемое без согласия патентообладателя, по решению правительства в интересах обороны и национальной безопасности страны, с уведомлением его об этом в кратчайший срок и с выплатой ему соразмерной компенсации	Тема 8, с. 106
<b>Открытые инновации</b> — парадигма, утверждающая, что компания должна использовать внешние идеи, а также внешние и внутренние пути к рынку как способ ускорить и совершенствовать технологии, продуктовые линейки и бизнес-модели	Тема 10, с. 131
<b>Открытые лицензии</b> — предоставляют права на использование объектов патентных прав любому лицу, согласившемуся на заключение лицензионного договора на использование данного объекта (изобретения, полезной модели, промышленного образца) на условиях, которые опубликованы патентным ведомством по соответствующему заявлению патентообладателя	Тема 8, с. 106
<b>Патент</b> (лат. patens — свидетельство, грамота) — выдаваемый патентным ведомством официальный документ установленной формы, удостоверяющий исключительное право лица, которому он выдается, на соответствующий объект патентного права, а также авторство данного объекта	Тема 7, с. 83
<b>Патентная чистота</b> — важнейшее условие конкурентоспособности продукта, обеспечивающее возможность свободного использования объекта в какой-либо стране без нарушения действующих на ее территории исключительных прав третьих лиц	Тема 7, с. 90
<b>Патентные лицензии</b> — на объекты интеллектуальной собственности, защищенные патентом	Тема 8, с. 105
<b>Патентный поверенный</b> — специалист, имеющий формальный статус, т. е. аттестованный и зарегистрированный в порядке, установленном соответствующим национальными правилами (в России — Федеральным законом «О патентных поверенных»), и осуществляющий деятельность в сфере охраны интеллектуальной собственности и т. п.	Тема 7, с. 90
<b>Патентный поиск</b> — процесс выявления и отбора соответствующих запросу сведений по одному или нескольким признакам из источников патентной информации	Тема 7, с. 90
<b>Паушальный платеж</b> представляет собой определенную, четко зафиксированную в тексте лицензионного договора сумму (не зависящую от фактического объема производства и реализации продукции по лицензии), выплачиваемую в один или несколько приемов на ранней стадии действия лицензионного договора	Тема 8, с. 109
<b>Перекрестные лицензии</b> — взаимное предоставление интеллектуальных прав различными патентообладателями в тех случаях, когда они не могут осуществить производственную и коммерческую деятельность, не нарушая интеллектуальные права друг друга	Тема 8, с. 106
<b>Питч</b> — это краткая презентация идеи, проекта, команды и т. д.	Тема 14, с. 178

<b>Поведение потребителей</b> — это деятельность, направленная непосредственно на обретение, потребление и избавление от продуктов, услуг и идей, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этой деятельности или следуют за ней	Тема 6, с. 72
<b>Показатель индекса доходности (или прибыльности) — PI (Profitability Index)</b> — характеризует соотношение дисконтированных денежных потоков поступлений и выплат в течение расчетного периода проекта	Тема 12, с. 160
<b>Положительная экспансивность</b> — это желание участников сотрудничать друг с другом, характеризующееся общим положительным настроем и дружелюбием	Тема 2, с. 23
<b>Поставщики</b> — контрагенты, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства товаров и услуг	Тема 4, с. 50
<b>Потоки поступления дохода</b> — материальная прибыль, которую компания получает от каждого потребительского сегмента	Тема 3, с. 40
<b>Потребительские сегменты</b> — это те группы потребителей, для которых собирается работать компания	Тема 3, с. 37
<b>Потребительский рынок (B2C — business to customer)</b> — отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги личного потребления	Тема 4, с. 49
<b>Презентации</b> — это инструмент, с помощью которого один человек коротко и ясно доносит информацию о своем проекте другим людям с показом, как правило, последовательности слайдов	Тема 14, с. 176
<b>Презентация идеи (Idea pitch)</b> передает замысел проекта, для стартапов и малого бизнеса. Наиболее часто применяется во время конкурсов	Тема 14, с. 179
<b>Принудительные лицензии</b> — выдаются заинтересованным лицам по разрешению компетентных государственных органов (в России — по решению суда) на использование запатентованных объектов промышленной собственности в случае их длительного неиспользования или недостаточного использования патентообладателем (в России — четыре года со дня выдачи патента на изобретение или промышленный образец, три года со дня выдачи патента на полезную модель) при отказе патентообладателя от заключения с этим заинтересованным лицом лицензионного договора на условиях, соответствующих установившейся практике, если это приводит к недостаточному предложению соответствующих товаров, работ или услуг на рынке	Тема 8, с. 106
<b>Приоритет</b> — важнейшее понятие патентного права. Означает, что из двух или более заявителей на один и тот же РИД исключительное право (и подтверждающий его патент) получит только один — тот, кто подал заявку в патентное ведомство раньше других. Конвенционный приоритет — правило, согласно которому заявка, поданная в одной стране — участнице Парижской конвенции по охране промышленной собственности, обладает во всех других странах — участниках данной конвенции приоритетом в течение 12 месяцев (для изобретения и полезной модели) или 6 месяцев (для промышленного образца), исчисляемых с момента подачи заявки в первой стране	Тема 7, с. 83
<b>Продвижение (Promotion)</b> — деятельность по информированию внешней среды о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его	Тема 4, с. 51
<b>Продукт (Product)</b> — это набор «изделий и услуг», которые фирма предлагает целевому рынку	Тема 4, с. 51
<b>Производственные риски</b> соотносятся с неопределенностью, вызванной изменениями уровня обеспеченности производственным оборудованием, составом производственного персонала, поставки сырья и т. д. Они проходят через весь производственный процесс от начала до конца проекта	Тема 13, с. 166
<b>Промышленный рынок (B2B — business to business)</b> — организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства	Тема 4, с. 49





<b>Расчетный период проекта</b> — промежуток времени от момента начала реализации проекта до его завершения, за который рассчитываются планируемые затраты и результаты проекта при определении его эффективности. Измеряется количеством интервалов планирования или шагов расчета. Шагом расчета может быть месяц, квартал или год	Тема 12, с. 157
<b>Риск НИОКР</b> соотносится с неопределенностью предполагаемой цели НИОКР ввиду изменений в научно-исследовательской деятельности, включая теоретическую базу, персонал, информационные ресурсы и условия проведения НИОКР	Тема 13, с. 166
<b>Риск</b> представляет собой возможность того, что какое-либо событие произойдет и негативно скажется на достижении цели	Тема 13, с. 166
<b>Риски внешней среды</b> соотносятся с рисками, которые обусловлены колебаниями спроса на рынке вследствие социальных, политических, правовых, природных и экономических условий, вовлечения в национальную промышленную политику, макроэкономической ситуацией и природной средой	Тема 13, с. 167
<b>Риск-менеджмент</b> — это процедуры выявления, определения, идентификации и приоритизации, сопровождаемые эффективным использованием ресурсов с тем, чтобы (1) контролировать и минимизировать вероятность и/или воздействие неприятного события или (2) максимизировать реализацию возможностей	Тема 13, с. 167
<b>Роль</b> — набор типичных действий и привычное поведение, основанное на компетенциях и психологических особенностях человека	Тема 2, с. 25
<b>Роялти</b> — это платеж, непосредственно зависящий от фактических результатов коммерческого использования лицензии, выплачиваемый лицензиатом лицензиару в течение всего срока действия лицензионного договора по окончании каждого отчетного периода, начиная с даты вступления договора в силу	Тема 8, с. 109
<b>Рынок Peer-to-peer («от пользователя к пользователю»)</b> — позволяет найти людей, заинтересованных в услугах друг друга	Тема 4, с. 49
<b>Рынок государственных учреждений (B2G — business to government)</b> — государственные организации, приобретающие товары и услуги либо для последующего их использования в сфере коммунальных услуг, либо для передачи этих товаров и услуг тем, кто в них нуждается	Тема 4, с. 49
<b>Рынок промежуточных продавцов</b> — организации, приобретающие товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя	Тема 4, с. 49
<b>Рыночные риски</b> соотносятся с неопределенностью преимуществ рыночной конкуренции, на которые влияет целый ряд внутренних и внешних факторов, включая перспективы рынка, конкурентоспособность изделия, потенциальных конкурентов, маркетинговые возможности и т. д.	Тема 13, с. 167
<b>Система автоматизированного проектирования САПР (CAD System — Computer Aided Design System)</b> — это система, реализующая проектирование, при котором все проектные решения или их часть получают в результате вычисления и составления математических моделей на ЭВМ	Тема 5, с. 64
<b>Сопутствующие лицензии</b> — лицензионные договора, в которых права на объекты интеллектуальной собственности передаются в составе других коммерческих сделок (контрактов)	Тема 8, с. 106
<b>Стартап (англ. startup — «запуск», «стартующая, начинающая компания»)</b> — это вновь созданная организация, которая занимается разработкой новых товаров или услуг в условиях чрезвычайной неопределенности	Тема 9, с. 118
<b>Структура издержек</b> — это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели	Тема 3, с. 40



<b>Сублицензии</b> — лицензионные договоры, по которым лицензиат может предоставить право на использование объектов интеллектуальной собственности третьим лицам при согласии лицензиара и на условиях, которые должны быть оговорены в основном лицензионном договоре	Тема 8, с. 106
<b>Теория ограничений (ТОС — Theory of Constraints)</b> — методология повышения эффективности систем. Теория ограничений оперирует термином «поток», при этом это может быть поток сырья, финансов, продукции и т. п.	Тема 5, с. 63
<b>Технологическая платформа</b> — это коммуникационный инструмент, направленный на активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов (услуг), на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок, совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технологического, инновационного развития	Тема 16, с. 198
<b>Технологические риски</b> — это риски, связанные с внутренними сложностями новых идей и научных исследований (иными словами, технологии сами по себе весьма несовершенны), а также с появлением прочих альтернативных технологий, включая вопросы зрелости технологий, перспектив ее практического применения, жизненного цикла технологии и пр.	Тема 13, с. 166
<b>Технопарки</b> — это имущественные центры, состоящие из офисных зданий, производственных помещений и объектов вспомогательной инфраструктуры, целью которых является формирование инновационной среды для поддержки начинающего бизнеса в инновационной сфере	Тема 15, с. 188
<b>Тимбилдинг</b> — процесс сознательного построения команды, предполагающий подбор участников и распределение ролей	Тема 2, с. 23
<b>Трансфер технологий</b> — формальная передача прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне	Тема 8, с. 102
<b>Управленческие риски</b> соотносятся с рисками, вызванными отсутствием неизменной согласованности руководства по вопросам инвестирования в высокотехнологичные проекты, а также уровнем квалификации менеджеров и сотрудников, включая квалификацию и опыт руководителей, рациональность организации проекта, научность в процессе принятия решений, механизмы управления проектами и т. д.	Тема 13, с. 167
<b>Уровень техники (Prior Art)</b> — сведения, ставшие известными неопределенному кругу лиц посредством письменного или устного раскрытия, посредством использования на практике или другим способом	Тема 7, с. 90
<b>Финансовая модель</b> — система кровообращения бизнеса, в которой отражаются все финансовые потоки предприятия (доходы, расходы), а также изменения в стоимости материальных активов бизнеса (амортизация, капитальные вложения); которая дает представление о финансовом состоянии бизнеса и служит цели принятия управленческих решений	Тема 11, с. 144
<b>Фокус-группа</b> представляет собой групповое интервью, проводимое модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой типичных представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам	Тема 4, с. 48
<b>Формула изобретения (полезной модели)</b> — ключевое описание разработки из одного предложения, состоящее из (а) названия объекта; (б) вводного слова «включающий» (или «состоящий из») и перечисления признаков, известных уровню техники; (в) словосочетания «отличающийся тем, что» и перечисления отличительных признаков	Тема 7, с. 89
<b>Целевой сегмент</b> — это один из сегментов рынка, выбранный в качестве основного для компании с точки зрения разработки и реализации продукции	Тема 4, с. 50
<b>Цена (Price)</b> — денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара	Тема 4, с. 51



<b>Ценностное предложение</b> отражает те преимущества, которые получит клиент, воспользовавшись продуктом или услугой данной компании	Тема 3, с. 37
<b>Центры коллективного пользования научным оборудованием (ЦКП)</b> — это структурные подразделения научной или образовательной организации (например, вуза или научного центра), которые располагают уникальным научным и технологическим оборудованием, квалифицированным персоналом и обеспечивают в интересах третьих лиц выполнение работ и оказание услуг для проведения научных исследований и экспериментальных разработок	Тема 15, с. 189
<b>Центры прототипирования (ЦП)</b> — это особые площадки со специальным оборудованием, где стартапы и другие малые и средние предприятия могут создать прототип (опытный образец) своего изделия, в том числе для проверки технических характеристик и для демонстрации потенциальным заказчикам	Тема 15, с. 189
<b>Центры трансфера технологий</b> относятся к экспертно-консалтинговой инновационной инфраструктуре и обеспечивают коммерциализацию интеллектуальных продуктов, полученных в результате инновационной деятельности	Тема 15, с. 189
<b>Чистая текущая стоимость</b> определяется как разность между результатами и инновационными затратами за расчетный период, приведенными к начальному периоду проекта. Оценивает эффект проекта и определяет тот вклад, который увеличивает ценность капитала	Тема 12, с. 160
<b>Чистые лицензии</b> — лицензионные договоры, в которых права на объекты интеллектуальной собственности передаются в рамках самостоятельного лицензионного договора	Тема 8, с. 106