

Оглавление

К читателям «Библиотеки Сбербанка»	13
Предисловие автора к русскому изданию	17
Благодарности	27
Введение и краткое содержание.	29
Часть I	
На пути к университету третьего поколения	41
Глава 1. От средневекового и гумбольдтского университетов к университету третьего поколения.	43
1.1. <i>Три этапа развития университетов</i>	43
1.2. <i>Средневековый университет</i>	45
1.3. <i>Первый переходный период</i>	56
1.4. <i>Гумбольдтский университет</i>	60
1.5. <i>Ограничения гумбольдтского университета и новые возможности</i>	68
1.6. <i>Выводы: второй переходный период</i>	78
Глава 2. Контурсы университета третьего поколения	81
2.1. <i>«Кембриджский феномен»</i>	81
2.2. <i>Семь отличительных особенностей университета третьего поколения</i>	93
2.3. <i>Выводы: университет третьего поколения в виде семиконечной звезды</i>	117

Глава 3. Два кейса перехода к университету третьего поколения	121
3.1. Классификация университетов	121
3.2. Кейс 1: Бандунгский технологический институт	123
3.3. Кейс 2: Русенский университет	133
3.4. Выводы: три этапа развития университетов	147

Часть II

Создание и коммерциализация ноу-хау	151
Глава 4. Создание новых знаний и их коммерциализация в компаниях	153
4.1. Эволюция отраслевых исследований: первые четыре подхода	153
4.2. Организация научных исследований в компании Royal Dutch Shell	167
4.3. Пятый подход: технологический бизнес	176
4.4. Извлечение экономической ценности из новых знаний: открытые инновации	180
4.5. Выводы	186
Глава 5. Техностартеры	189
5.1. Кто такие техностартеры	189
5.2. Кто может стать техностартером?	192
5.3. Значимость техностартеров	198
5.4. Роль университетов	200
5.5. Выводы	205
Глава 6. Финансирование техностартеров и спин-аутов	207
6.1. Финансирование стартапов	207
6.2. Прямые частные инвестиции, венчурный капитал и бизнес-ангелы	214
6.3. Инвестиционные фонды	221
6.4. Стратегии финансирования и управления интеллектуальной собственностью	225

Часть III

Организация университета третьего поколения	231
Глава 7. Организационная структура и стиль управления	233
7.1. Организационная структура	233
7.2. Структура управления	239
7.3. Финансирование университета третьего поколения	244
7.4. Эффективное управление университетом	248
Глава 8. Функция коммерциализации ноу-хау	261
8.1. Рынок для коммерциализации ноу-хау	261
8.2. Организация сотрудничества с бизнесом и коммерциализации ноу-хау	268
8.3. Детали деятельности команды поддержки техностартеров	276
Глава 9. Внедрение и оценка модели университета третьего поколения	283
9.1. Управление изменениями	283
9.2. Модель организационной интервенции	290
9.3. Оценка прогресса в переходе к университету третьего поколения: модель «3 × 6»	296
9.4. Заключение	303
Приложение 1. Понимание инноваций	305
A1.1. Инновации и предприниматели	305
A1.2. Технологии, изобретения, инновации	312
A1.3. Динамика развития технологий	315
A1.4. Продуктовые и процессные инновации и стандарты	335
A1.5. Пятиугольник инноваций	342
Приложение 2. Обучение техностартеров	351
A2.1. Модель воронки и синхронизованное обучение	351

A2.2. Совместимо ли обучение предпринимательству с академическим образованием?.....	357
A2.3. Обучение предпринимательству.....	360
A2.4. Первые шаги стартапа.....	368
A2.5. Специализации по предпринимательству в бакалавриате и магистратуре.....	371
Библиография.....	379
Глоссарий.....	385
Указатель.....	411

Список рисунков

1.1. Исторические этапы развития университетов.....	44
2.1. Карусель ноу-хау.....	101
2.2. Бифуркация традиционных университетов.....	103
2.3. Университет третьего поколения в виде семиконечной звезды.....	117
3.1. Классификация университетов.....	123
3.2. Организационная структура Бандунгского технологического института.....	124
3.3. Сеть внутренних и внешних взаимодействий Русенского университета.....	140
4.1. Классификация исследовательских работ в рамках технологического подхода.....	163
4.2. Эволюция подходов к управлению исследованиями.....	180
5.1. Цепочка создания ценности от идеи до инновации.....	191
6.1. Стадии развития новой фирмы.....	210
6.2. Финансирование стартапа на разных стадиях развития.....	212
6.3. Структура инвестиционного фонда.....	222
6.4. Предпринимательская деятельность, управляемая фондом.....	225
7.1. Организационная структура традиционного университета с факультетами и межфакультетскими трансдисциплинарными командами.....	234
7.2. Организационная структура университета третьего поколения.....	236
7.3. Схема каналов финансирования средневекового университета.....	244
7.4. Схема каналов финансирования университета второго поколения.....	245
7.5. Схема каналов финансирования современных университетов.....	246
7.6. Схема источников финансирования университета третьего поколения.....	247

7.7. Переход университетов от модели второго поколения к модели третьего поколения	249
8.1. Рынок ноу-хау: клиенты или партнеры университета и их потребности.....	262
8.2. Модели сотрудничества и продажи ноу-хау с точки зрения университета.....	263
8.3. Организация коммерциализации ноу-хау и сотрудничества с бизнесом в области научных исследований.....	268
8.4. Команда поддержки техностартеров.....	271
8.5. Четыре «потока ресурсов».....	277
9.1. Модель организационной интервенции.....	291
9.2. Группы факторов, влияющих на успешность перехода к модели университета третьего поколения.....	297
A1.1. Технологический предприниматель как экономический агент, соединяющий технологию и рынок.....	311
A1.2. Система и взаимосвязь определений.....	314
A1.3. Классификация технологий по их воздействию на рынок	318
A1.4. Технологическая эскалация.....	319
A1.5. Категории последователей при диффузии новой технологии согласно Э. Роджерсу	321
A1.6. Пять S-образных кривых процесса инноваций	322
A1.7. Технологическое замещение	325
A1.8. Замещение парусных судов парходами.....	325
A1.9. Технологическая последовательность	330
A1.10. Инновационная карта фирмы	336
A1.11. Пятиугольник инноваций	344
A1.12. Потенциальные партнеры компании в инновационном процессе	347
A1.13. Технологический департамент как инновационный центр.....	348
A2.1. Путь начинающего техностартера	352
A2.2. Синхронизация процесса обучения по модели «параллельного обучения» и развития собственной компании.....	356
A2.3. Структура образовательной программы с разными вариантами обучения предпринимательству.....	373
A2.4. Разновидности образовательных программ и дисциплин по предпринимательству	375

Список таблиц и врезок

Таблицы

1.1. Отличительные особенности трех поколений университетов	79
2.1. Отличительные особенности университетов второго и третьего поколений	96
4.1. Отличительные особенности пяти подходов к управлению исследованиями	179
4.2. Стоимостные факторы изменений подходов к управлению исследованиями и механизмы повышения их эффективности	180
9.1. Потенциал изменений при их запуске.....	286
A2.1. Образовательные задачи трех поколений университетов.....	351

Врезки

5.1. Предприниматель или наемный работник? Пройдите тест!	194
5.2. Почему люди хотят заниматься собственным бизнесом?	195
9.1. Характеристики эффективного подхода к управлению изменениями	287
9.2. Характеристики пошаговой стратегии изменений	289
9.3. Присущие университету качественные характеристики	300
9.4. Специальные инструменты для поддержки предпринимательства	302
9.5. Сети партнерств	302