

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	4
Глава 1. Системный подход к продвижению продукта на рынок .....	5
1.1. Системный подход .....	5
1.2. Жизненный цикл .....	13
1.3. Развитие продукта .....	16
1.4. Развитие компании .....	21
1.5. Развитие рынка .....	27
1.6. Развитие проекта в целом .....	29
1.7. Самостоятельная работа .....	34
Глава 2. Стратегия управления инновациями .....	36
2.1. Сектора рынка .....	36
2.2. Разновидности инноваций .....	37
2.3. Вытеснение конкурентов с рынка .....	45
2.5. Самостоятельная работа .....	52
Глава 3. Способы создания инноваций .....	54
3.1. Инструменты ТРИЗ для создания инноваций .....	54
3.2. Подрывная инновация: создание принципиально нового продукта .....	54
3.3. Закономерности развития потребности .....	58
3.4. Закономерности изменения функций .....	63
3.5. Разработка нового продукта (услуги) .....	66
3.6. Усовершенствование продукта .....	73
3.7. Самостоятельная работа .....	94
Глава 4. Анализ недостатков .....	96
4.2. Компонентный анализ .....	99
4.3. Структурный анализ .....	101
4.4. Функциональный анализ .....	102
4.5. Диагностический анализ .....	105
4.6. Самостоятельная работа .....	106
Глава 5. Решение нестандартных задач .....	108
5.1. Методика решения нестандартных задач .....	108
5.2. Основные понятия .....	108

5.3. Путь к идеи решения .....	110
5.4. Логика решения нестандартных задач .....	111
5.5. Способы разрешения противоречия свойств .....	117
5.6. Примеры решения нестандартных задач .....	118
5.7. Самостоятельная работа .....	122
Заключение .....	123
Список литературы .....	124