

Йохан Г. Виссема

Университет третьего поколения

*Управление университетом
в переходный период*

Перевод с английского



Москва • 2016

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

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