

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ткачева Татьяна Юрьевна

Должность: декан ФЭИМ

Дата подписания: 07.09.2025 17:05:09

Уникальный программный ключ:

73ec3e90d2fc2827004f0511569dffc4823a9f5099bacc11113ac130be7c1dd6

1

Аннотация

к рабочей программе дисциплины

«Инновационный маркетинг»

(профиль, специализация) «Управление инновационными процессами»

Цель дисциплины

Формирование у обучающихся системного представления о современном инновационном маркетинге, расширение технологий, углубление знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности с акцентом на специфику функционирования рынка инноваций.

Задачи дисциплины

- формирование понимания сущности и специфики инновационного маркетинга, выявление его роли в российской экономике с позиций повышения ее инновационной активности;
- изучение характеристик инновационного рынка с систематизацией основных элементов, функций, инфраструктуры и факторов развития;
- изучение основных управленческих аспектов инновационной деятельности на основе концепции маркетинга;
- выявление особенностей влияния диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга;
- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач инновационного маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

Индикаторы, формируемые в результате освоения дисциплины:

- Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению (УК-1.2);
- Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников (УК-1.3);
- Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов (УК-1.4);
- Руководит разработкой и реализацией стратегии развития инновационной деятельности организации (ПК-4.1);
- Организует производственно-хозяйственную деятельность на основе анализа и обобщения передового отечественного и зарубежного опыта (ПК-4.3);
- Разрабатывает перспективные направления развития на основе анализа, обобщения и систематизации передового отечественного и зарубежного опыта управления инновациями (ПК-6.1);
- Организует работу проектных команд по изучению возможностей повышения эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций (ПК-6.3)

Разделы дисциплины:

1. Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики.
2. Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы.
3. Инновационная маркетинговая политика.
4. Инновационный рынок.
5. Ценообразование при разработке и освоении новой продукции.
6. Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге.
7. Маркетинговые стратегии на инновационном рынке.
8. Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий.
9. Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности
10. Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации.
11. Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультетаэкономики и менеджмента

Ткачева Т.Ю.

(подпись, должность, фамилия)« 23 » июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Инновационный маркетинг(наименование вида и типа практики)

ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика
(шифр с наименованием направления подготовки (специальности))

направленность «Управление инновационными процессами»
(наименование направленности (профиля) или специализации)

форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2021

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 27.04.05 Инноватика и на основании учебного плана ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль, специализация) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета, протокол № 6 от «26» февраля 2021 г.

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль, специализация) «Управление инновационными процессами», на заседании кафедры финансов и кредита протокол № 13 от «23» июня 2021 г.

(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____ Колмыкова Колмыкова Т.С.

Разработчик программы к.э.н. доцент Третьякова Третьякова И.Н.
(ученая степень и ученое звание, Ф.И.О.)

Согласовано: на заседании кафедры _____
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

(название кафедры, дата, номер протокола, подпись заведующего кафедрой; согласование производится с кафедрами, чьи дисциплины основываются на данной дисциплине, а также при необходимости руководителями других структурных подразделений)

Директор научной библиотеки _____ Макаровская Макаровская В.Г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль, специализация) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета, протокол № 6 «26» 02 2021 г. на заседании кафедры финансов и кредита протокол № 14 от «28» 06 2022 г.

Зав. кафедрой _____ Колмыкова Колмыкова Т.С.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль, специализация) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета, протокол № 7 «28» 02 2022 г. на заседании кафедры финансов и кредита протокол № 13 от «13» 06 2023 г.

Зав. кафедрой _____ Колмыкова Колмыкова Т.С.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета протокол № 9 « 17 » 02 20 13 г., на заседании кафедры финансов и кредита протокол № 16 « 28 » 06 20 14 г..
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Колмыкова

Т.С. Колмыкова

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета протокол № 9 « 27 » 03 20 14 г., на заседании кафедры финансов и кредита протокол № 15 « 01 » 07 20 15 г..
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Колмыкова

Т.С. Колмыкова

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета протокол № _____ « _____ » _____ 20 _____ г., на заседании кафедры финансов и кредита протокол № _____ « _____ » _____ 20 _____ г..
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Т.С. Колмыкова

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль) «Управление инновационными процессами», одобренного Ученым советом университета протокол № _____ « _____ » _____ 20 _____ г., на заседании кафедры финансов и кредита протокол № _____ « _____ » _____ 20 _____ г..
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Т.С. Колмыкова

1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Цель дисциплины

Формирование у обучающихся системного представления о современном инновационном маркетинге, расширение технологий, углубление знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности с акцентом на специфику функционирования рынка инноваций.

1.2 Задачи дисциплины

- формирование понимания сущности и специфики инновационного маркетинга, выявление его роли в российской экономике с позиций повышения ее инновационной активности;
- изучение характеристик инновационного рынка с систематизацией основных элементов, функций, инфраструктуры и факторов развития;
- изучение основных управленческих аспектов инновационной деятельности на основе концепции маркетинга;
- выявление особенностей влияния диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга;
- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач инновационного маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
1	2	3	4
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного	УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению	<i>Знать:</i> - основные понятия, категории и инструменты инновационного маркетинга; - основные методы сбора и обработки информации с целью выявления проблемной ситуации, а также особенности

	<p>подхода, выработать стратегию действий</p>		<p>формулирования проектной задачи;</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты разработки стратегии решения проблемной ситуации на основе системного подхода. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике терминологию и современные инструменты инновационного менеджмента; - анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; - разрабатывать стратегию действий в рамках обозначенной проблемы <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретическими подходами к выявлению проблемных ситуаций; - навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода; - навыками разработки стратегии решения проблемной ситуации.
		<p>УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные источники информации, в том числе и противоречивой; - методы критической оценки надежности источников информации; - возможные варианты решения поставленной задачи по различным типам запросам. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; - оценивать современный уровень инновационности экономики, обобщая противоречивую информацию из различных источников; - формировать прогнозы развития конкретных инновационных процессов и принимать верные решения с учетом наличия противоречивой

			<p>информации из разных источников</p> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска информации и работы с различными источниками - навыками самостоятельного овладения методами критической оценки надежности источников информации; - навыками интерпретации и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи.
		<p>УК-1.4 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – инструменты, методы и современные прогрессивные технологии разработки стратегии решения проблемной ситуации; - особенности формирования сценариев реализации стратегии, определяя возможные риски и пути их устранения; - содержательность проблемной ситуации с целью разработки стратегии дальнейшего развития на основе системного и междисциплинарных подходов. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – охарактеризовать основные направления разработки стратегии решения проблемной ситуации; – диагностировать проблемы, возникающие в инновационном маркетинге и находить способы их решения на основе системного и междисциплинарных подходов; – объективно оценивать эффективность применения разработанной стратегии решения проблемной ситуации. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментами, методами и современными прогрессивными технологиями разработки стратегии решения проблемной ситуации; - навыками формирования сценариев реализации стратегии, определяя возможные риски и пути их устранения; - навыками разработки и аргументации стратегии

			решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.
ПК-4	Способен управлять разработкой комплексных проектов на всех стадиях и этапах выполнения работ	ПК - 4.1 Руководит разработкой и реализацией стратегии развития инновационной деятельности организации	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; - современные инструменты реализации стратегии развития инновационной деятельности организации; - способы управления процессами разработки и реализации стратегии развития инновационной деятельности организации. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать исследования и проводить анализ деятельности организации с целью разработки стратегии инновационного развития; - систематизировать и обрабатывать данные, применять современные инструменты реализации стратегии развития инновационной деятельности организации; - управлять процессами разработки и реализации развития инновационной деятельности организации. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; - навыками применения технических и программных средств для реализации стратегии развития инновационной деятельности организации; - навыками управления и реализацией мероприятий по совершенствованию стратегии развития инновационной деятельности организации.
		ПК – 4.3 Организует производственно-хозяйственную деятельность на основе анализа и обобщения	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности организации производственно-хозяйственной деятельности с учетом современных требований

		<p>передового отечественного и зарубежного опыта</p>	<p>инновационного развития; - современные методики анализа производственно-хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта; - современные техники и технологии, прогрессивные формы управления производственно-хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта.</p> <p><i>Уметь:</i> - организовывать производственно-хозяйственную деятельность с учетом современных требований инновационного развития; - применять современные методики анализа производственно-хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта; - применять на практике современные техники и технологии, прогрессивные формы управления производственно-хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта.</p> <p><i>Владеть:</i> - навыками организации производственно-хозяйственной деятельности на основе использования отечественного и зарубежного опыта; - навыками всестороннего анализа производственно- хозяйственной деятельности на всех этапах выполнения работ; - навыками оценки, всестороннего исследования и применения прогрессивных форм управления производственно-хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта</p>
ПК-6	Способен осуществлять руководство проектированием	ПК-6.1 Разрабатывает перспективные направления развития на основе анализа,	<i>Знать:</i> - особенности управления проектом на всех этапах его жизненного цикла;

	<p>продукции (услуг) и внедрением проектов</p>	<p>обобщения и систематизации передового отечественного и зарубежного опыта управления инновациями</p>	<p>- современные прогрессивные методы анализа, обобщения и систематизации необходимой информации для выработки перспективного направления развития производства;</p> <p>- современные отечественные и зарубежные подходы к управлению инновациями.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- разрабатывать перспективные предложения по рационализации структуры управления производством;</p> <p>- анализировать, обобщать и применять зарубежный опыт управления инновациями в отечественной практике;</p> <p>- проявлять и применять способности к управлению перспективными проектами.</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>навыками разработки предложений по рационализации структуры управления производством в соответствии с целями и стратегией организации;</p> <p>- навыками применения передового отечественного и зарубежного опыта управления инновациями;</p> <p>- навыками разработки и управления проектами перспективных направлений развития производства.</p>
		<p>ПК - 6.3 Организует работу проектных команд по изучению возможностей повышения эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций</p>	<p><i>Знать:</i></p> <p>- основные принципы командной работы;</p> <p>- методы оценки эффективности деятельности организации;</p> <p>- способы определения возможностей повышения эффективности деятельности организации в современных инновационных условиях развития.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- работать в команде на основе стратегии сотрудничества;</p> <p>- применять методы оценки эффективности деятельности организации;</p> <p>- определять возможные направления повышения эффективности деятельности</p>

			<p>организации в современных инновационных условиях развития.</p> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью строить продуктивное взаимодействие в команде; - методикой оценки эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций; - владеть навыками выстраивания траектории проектных команд по изучению возможностей повышения эффективности деятельности организации.
--	--	--	--

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Инновационный маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы - программы магистратуры 27.04.05 Инноватика, направленность (профиль, специализация) «Управление инновационными процессами». Дисциплина изучается на 2-ом курсе в 3-м семестре.

3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетных единиц (з.е.), 180 академических часов.

Таблица 3 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	55,15
в том числе:	
лекции	18
лабораторные занятия	0
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	88,85

Контроль (подготовка к экзамену)	36
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	1,15
в том числе:	
зачет	не предусмотрен
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрен
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	1,15

4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики	Предпосылки инновационного развития экономики. Инновации как предмет инновационного маркетинга. Инновационный продукт. Классификация инноваций. Управление инновациями на предприятии.
2	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы	Сущность, цели и задачи инновационного маркетинга. Виды инновационного маркетинга. Организационные структуры инновационного маркетинга. Экономическая среда инновационного маркетинга.
3	Инновационная маркетинговая политика	Содержание и направления инновационной политики РФ. Инновационная политика хозяйствующего субъекта
4	Инновационный рынок	Формирование и распространение инноваций. Предпосылки создания инновационного рынка. Специфика функционирования инновационного рынка. Инновационная инфраструктура рынка. Факторы развития инновационного рынка. Государственное регулирование инновационного рынка.
5	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции	Понятие цены. Методы и инструменты ценообразования. Виды ценовых стратегий при разработке и постановке новой продукции
6	Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге	Планирование маркетинга инноваций. Анализ внешнего окружения. Методы формирования продуктовой политики. Каналы распределения продукции. Система сбыта продукции.
7	Маркетинговые стратегии на инновационном рынке	Стратегическое планирование инновационной деятельности. Формы организации и реализации инновационной стратегии. Маркетинговое управление инновационными проектами.
8	Коммерциализация и некоммерческий	Коммерциализация инноваций. Основные подходы к трансферу технологий. Формы и методы трансфера

	трансфер технологий	технологий. Планирование затрат и формирование цены в процессе трансфера технологий
9	Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	Маркетинговый аудит инновационной деятельности. Оценка рисков инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов.
10	Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации	Направления развития рыночной политики и использование инновационного маркетинга. Изменение роли маркетинга в новых бизнес-моделях. Смена рыночной политики производственных предприятий на основе инновационного маркетинга. Особенности инновационного развития в торговле. Адаптация инструментов маркетинга для потребителя нового поколения
11	Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга	Цифровой маркетинг как инновационный вид маркетинга. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Социальный маркетинг как субконцепция инновационного маркетинга. Латеральный маркетинг: альтернативный путь создания инновационных идей. Agile-маркетинг.

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		Лек., час	№ лаб	№ пр.			
1	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики	4		1	У-2, МУ-1, МУ-2	С,Т (1-2 неделя)	УК-1 ПК-6
2	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы	4		2	У-2, У-4, МУ-1, МУ-2	С, К, КЗ (3 неделя)	УК-1 ПК-4
3	Инновационная маркетинговая политика	2		3	У-4, МУ-1, МУ-2	С, Т, Д (4-5 неделя)	УК-1 ПК-6
4	Инновационный рынок	2		4	У-2, МУ-1, МУ-2	С, К, Д (6-7 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6
5	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции	2		5	У-1, У-5, МУ-1, МУ-2	С, К, Д (8-9 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6
6	Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге	4		6	У-1, У-6, МУ-1, МУ-2	С, К, Д (10 неделя)	УК-1 ПК-6

7	Маркетинговые стратегии на инновационном рынке	4		7	У-3, МУ-1, МУ-2	С, Т, КЗ (11-12 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6
8	Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий	2		8	У-1, МУ-1, МУ-2	С, К (13-14 неделя)	УК-1 ПК-6
9	Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	4		9	У-1, МУ-1, МУ-2	С, Т, Д (15 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6
10	Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации	4		10	У-2, У-7, МУ-1, МУ-2	С, Т, Д (16-17 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6
11	Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга	4		11	У-2, МУ-1, МУ-2	С, К (18 неделя)	УК-1 ПК-4 ПК-6

С – собеседование, Т – тест, Д – доклад, К – контрольная работа, КЗ - кейс-задачи.

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики	4
2	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы	4
3	Инновационная маркетинговая политика	2
4	Инновационный рынок	2
5	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции	2
6	Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге	4
7	Маркетинговые стратегии на инновационном рынке	4
8	Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий	2
9	Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	4
10	Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации	4
11	Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга	4
	Итого	36

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затраченное на выполнение СРС, час.
1	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики	1-2 неделя	4,85
2	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы	3 неделя	8
3	Инновационная маркетинговая политика	4-5 неделя	8
4	Инновационный рынок	6-7 неделя	8
5	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции	8-9 неделя	8
6	Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге	10 неделя	8
7	Маркетинговые стратегии на инновационном рынке	11-12 неделя	8
8	Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий	13-14 неделя	8
9	Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	15 неделя	10
10	Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации	16-17 неделя	8
11	Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга	18 неделя	10
	Итого		88,85

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

научной библиотекой университета:

а) библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

б) имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

кафедрой:

а) путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

б) путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств;

в) путем разработки:

- методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов;

- заданий для самостоятельной работы;

- тем рефератов и докладов;

- вопросов к экзамену;

- методических указаний к выполнению практических работ и т.д.

полиграфическим центром (типографией) университета:

- помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

- удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6 Образовательные технологии

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся. В рамках дисциплины предусмотрены встречи с представителями органов региональной власти, осуществляющих управление инвестиционным развитием области, обеспечением финансово-бюджетного процесса, руководителями и ведущими сотрудниками финансово-кредитных и коммерческих организаций.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час.
1	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики (лекция)	Мозговой штурм	2
2	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы (лекция)	Лекция-диалог	1
3	Инновационная маркетинговая политика (лекция)	Дискуссия	1
4	Инновационный рынок (практическое занятие)	Разбор конкретных ситуаций	2
5	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции (практическое занятие)	Разбор конкретных ситуаций	2
6	Теоретические аспекты системы	Мозговой штурм	2

	планирования и распределения в инновационном маркетинге (лекция)	
ИТОГО		10

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), при изучении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Б1.0.02 Теоретические основы инновационной деятельности	Б1.0.04 Методология научного исследования	Б2.В.02(Пд) Производственная преддипломная практика Б3.01(Д) Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-4 Способен управлять процессами планирования и организации хозяйственной деятельности	Б1.В.01 Стратегия развития инновационной деятельности	Б1.В.04 Инновационные аспекты внешнеэкономической деятельности	Б1.В.ДВ.02.01 Управление интеллектуальными ресурсами Б2.В.02(Пд) Производственная преддипломная практика Б3.01(Д) Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-6 Способен управлять проектами по разработке перспективных направлений развития производства	Б1.В.01 Стратегия развития инновационной деятельности Б1.В.04 Инновационные аспекты внешнеэкономической деятельности	Б1.В.05 Бизнес-план инновационного проекта	Б1.В.ДВ.02.01 Управление интеллектуальными ресурсами Б2.В.01(П) Производственная проектная практика Б3.01(Д) Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции / этап	Показатели оценивания компетенций	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительный»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК-1 Способен осуществлять	УК-1.2 Определяет пробелы в информации,	<i>Знать:</i> основные понятия, категории и инструменты	<i>Знать:</i> основные понятия, категории и инструменты	<i>Знать:</i> основные понятия, категории и инструменты

<p>критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению</p>	<p>инновационного маркетинга.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике терминологию и современные инструменты инновационного менеджмента.</p> <p><i>Владеть:</i> теоретическими подходами к выявлению проблемных ситуаций.</p>	<p>инновационного маркетинга; основные методы сбора и обработки информации с целью выявления проблемной ситуации, а также особенности формулирования проектной задачи.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике терминологию и современные инструменты инновационного менеджмента; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.</p> <p><i>Владеть:</i> теоретическими подходами к выявлению проблемных ситуаций; навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода.</p>	<p>инновационного маркетинга; основные методы сбора и обработки информации с целью выявления проблемной ситуации, а также особенности формулирования проектной задачи; инструменты разработки стратегии решения проблемной ситуации на основе системного подхода.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике терминологию и современные инструменты инновационного менеджмента; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; разрабатывать стратегию действий в рамках обозначенной проблемы</p> <p><i>Владеть:</i> теоретическими подходами к выявлению проблемных ситуаций; навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода; навыками разработки и аргументации стратегии решения проблемной ситуации</p>
	<p>УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников</p>	<p><i>Знать:</i> основные источники информации, в том числе и противоречивой.</p> <p><i>Уметь:</i> при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные</p>	<p><i>Знать:</i> основные источники информации, в том числе и противоречивой; методы критической оценки надежности источников информации.</p> <p><i>Уметь:</i> при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения,</p>	<p><i>Знать:</i> основные источники информации, в том числе и противоречивой; методы критической оценки надежности источников информации; возможные варианты решения поставленной задачи по различным типам запросам.</p> <p><i>Уметь:</i> при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои</p>

		<p>мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками поиска информации и работы с различными источниками.</p>	<p>аргументировать свои выводы и точку зрения; оценивать современный уровень инновационности экономики, обобщая противоречивую информацию из различных источников.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками поиска информации и работы с различными источниками; навыками самостоятельного овладения методами критической оценки надежности источников информации.</p>	<p>выводы и точку зрения; оценивать современный уровень инновационности экономики, обобщая противоречивую информацию из различных источников; формировать прогнозы развития конкретных инновационных процессов и принимать верные решения с учетом наличия противоречивой информации из разных источников</p> <p><i>Владеть:</i> навыками поиска информации и работы с различными источниками; навыками самостоятельного овладения методами критической оценки надежности источников информации; навыками интерпретации и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи.</p>
<p>УК-1.4 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов</p>	<p><i>Знать:</i> современные прогрессивные технологии разработки стратегии решения проблемной ситуации.</p> <p><i>Уметь:</i> охарактеризовать основные направления разработки стратегии решения проблемной ситуации.</p>	<p><i>Знать:</i> современные прогрессивные технологии разработки стратегии решения проблемной ситуации; особенности формирования сценариев реализации стратегии, определяя возможные риски и пути их устранения.</p> <p><i>Уметь:</i> охарактеризовать основные направления разработки стратегии решения проблемной ситуации; диагностировать проблемы, возникающие в инновационном</p>	<p><i>Знать:</i> современные прогрессивные технологии разработки стратегии решения проблемной ситуации; особенности формирования сценариев реализации стратегии, определяя возможные риски и пути их устранения; содержательность проблемной ситуации с целью разработки стратегии дальнейшего развития на основе системного и междисциплинарных подходов.</p> <p><i>Уметь:</i> охарактеризовать основные направления разработки стратегии решения проблемной ситуации; диагностировать проблемы, возникающие в инновационном маркетинге и находить способы их решения на основе системного и</p>	

			<p>маркетинге и находить способы их решения на основе системного и междисциплинарных подходов.</p> <p><i>Владеть:</i> инструментами, методами и современными прогрессивными технологиями разработки стратегии решения проблемной ситуации.</p>	<p>междисциплинарных подходов; объективно оценивать эффективность применения разработанной стратегии решения проблемной ситуации.</p> <p><i>Владеть:</i> инструментами, методами и современными прогрессивными технологиями разработки стратегии решения проблемной ситуации; навыками формирования сценариев реализации стратегии, определяя возможные риски и пути их устранения; навыками разработки и аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.</p>
<p>ПК-4 Способен управлять разработкой комплексных проектов на всех стадиях и этапах выполнения работ</p>	<p>ПК-4.1 Руководит разработкой и реализацией стратегии развития инновационной деятельности организации</p>	<p><i>Знать:</i> специфику разработки стратегии развития инновационной деятельности организации;</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать исследования и проводить анализ деятельности организации с целью разработки стратегии инновационного развития.</p>	<p><i>Знать:</i> специфику разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; современные инструменты реализации стратегии развития инновационной деятельности организации;</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать исследования и проводить анализ деятельности организации с целью разработки стратегии инновационного развития; систематизировать и обрабатывать данные, применять современные инструменты реализации</p>	<p><i>Знать:</i> специфику разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; современные инструменты реализации стратегии развития инновационной деятельности организации; способы управления процессами разработки и реализации стратегии развития инновационной деятельности организации.</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать исследования и проводить анализ деятельности организации с целью разработки стратегии инновационного развития; систематизировать и обрабатывать данные, применять современные инструменты реализации инновационной деятельности</p>

		<p><i>Владеть:</i> навыками планирования и разработки стратегии развития инновационной деятельности организации.</p>	<p>стратегии развития инновационной деятельности организации.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками планирования и разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; навыками применения технических и программных средств для реализации стратегии развития инновационной деятельности организации.</p>	<p>организации; управлять процессами разработки и реализации развития инновационной деятельности организации.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками планирования и разработки стратегии развития инновационной деятельности организации; навыками применения технических и программных средств для реализации стратегии развития инновационной деятельности организации; навыками управления и реализацией мероприятий по совершенствованию стратегии развития инновационной деятельности организации.</p>
ПК-4.3 Организует производственно-хозяйственную деятельность на основе анализа и обобщения передового отечественного и зарубежного опыта	<p><i>Знать:</i> особенности организации производственно-хозяйственной деятельности с учетом современных требований инновационного развития.</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать производственно-хозяйственную деятельность с учетом современных требований инновационного</p>	<p><i>Знать:</i> особенности организации производственно-хозяйственной деятельности с учетом современных требований инновационного развития; современные методики анализа производственно-хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта.</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать производственно-хозяйственную деятельность с учетом современных требований инновационного</p>	<p><i>Знать:</i> особенности организации производственно-хозяйственной деятельности с учетом современных требований инновационного развития; современные методики анализа производственно-хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта; современные техники и технологии, прогрессивные формы управления производственно-хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта.</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать производственно-хозяйственную деятельность с учетом современных требований инновационного развития; применять современные</p>	

		развития.	развития; применять современные методики анализа производственно- хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта.	методики анализа производственно- хозяйственной деятельности на основе обобщения передового отечественного и зарубежного опыта; применять на практике современные техники и технологии, прогрессивные формы управления производственно- хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта.
		<i>Владеть:</i> навыками организации производственно- хозяйственной деятельности на основе использования отечественного и зарубежного опыта.	<i>Владеть:</i> навыками организации производственно- хозяйственной деятельности на основе использования отечественного и зарубежного опыта; навыками всестороннего анализа производственно- хозяйственной деятельности на всех этапах выполнения работ.	<i>Владеть:</i> навыками организации производственно- хозяйственной деятельности на основе использования отечественного и зарубежного опыта; навыками всестороннего анализа производственно- хозяйственной деятельности на всех этапах выполнения работ; навыками оценки, всестороннего исследования и применения прогрессивных форм управления производственно- хозяйственной деятельностью с учетом адаптации зарубежного опыта.
ПК-6 Способен осуществлять руководство проектирова нием продукции (услуг) и внедрением проектов	ПК-6.1 Разрабатывает перспективные направления развития на основе анализа, обобщения и систематизаци и передового отечественног о и зарубежного опыта управления инновациями	<i>Знать:</i> особенности управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.	<i>Знать:</i> особенности управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; современные прогрессивные методы анализа, обобщения и систематизации необходимой информации для выработки перспективного направления развития производства.	<i>Знать:</i> особенности управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; современные прогрессивные методы анализа, обобщения и систематизации необходимой информации для выработки перспективного направления развития производства; современные отечественные и зарубежные подходы к управлению инновациями.

		<p><i>Уметь:</i> разрабатывать перспективные предложения по рационализации структуры управления производством.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки предложений по рационализации структуры управления производством в соответствии с целями и стратегией организации.</p>	<p><i>Уметь:</i> разрабатывать перспективные предложения по рационализации структуры управления производством; анализировать, обобщать и применять зарубежный опыт управления инновациями в отечественной практике.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки предложений по рационализации структуры управления производством в соответствии с целями и стратегией организации; навыками применения передового отечественного и зарубежного опыта управления инновациями.</p>	<p><i>Уметь:</i> разрабатывать перспективные предложения по рационализации структуры управления производством; анализировать, обобщать и применять зарубежный опыт управления инновациями в отечественной практике; проявлять и применять способности к управлению перспективными проектами.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки предложений по рационализации структуры управления производством в соответствии с целями и стратегией организации; навыками применения передового отечественного и зарубежного опыта управления инновациями; навыками разработки и управления проектами перспективных направлений развития производства.</p>
ПК-6.3 Организует работу проектных команд по изучению возможностей повышения эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций	<p><i>Знать:</i> основные принципы командной работы.</p> <p><i>Уметь:</i> работать в команде на основе стратегии сотрудничества.</p>	<p><i>Знать:</i> основные принципы командной работы; методы оценки эффективности деятельности организации.</p> <p><i>Уметь:</i> работать в команде на основе стратегии сотрудничества; применять методы оценки эффективности деятельности организации.</p>	<p><i>Знать:</i> основные принципы командной работы; методы оценки эффективности деятельности организации; способы определения возможностей повышения эффективности деятельности организации в современных инновационных условиях развития.</p> <p><i>Уметь:</i> работать в команде на основе стратегии сотрудничества; применять методы оценки эффективности деятельности организации; определять возможные направления повышения</p>	

		<p><i>Владеть:</i> способностью строить продуктивное взаимодействие в команде.</p>	<p><i>Владеть:</i> способностью строить продуктивное взаимодействие в команде; методикой оценки эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций.</p>	<p>эффективности деятельности организации современных инновационных условиях развития. <i>Владеть:</i> способностью строить продуктивное взаимодействие в команде; методикой оценки эффективности деятельности организации на основе внедрения инноваций; навыками выстраивания траектории проектных команд по изучению возможностей повышения эффективности деятельности организации.</p>	В
--	--	--	---	--	---

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля

№ п\п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1.	Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики	УК-1 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	1-10 3	Согласно табл. 7.2
				Тест		
2.	Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы	УК-1 ПК-4	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	11-20	Согласно табл. 7.2
				Контрольная работа	18-19	
				Кейс-задачи	20	
3.	Инновационная маркетинговая политика	УК-1 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	21-30	Согласно табл. 7.2
				Доклад	4	
				Тест	28-30	

4.	Инновационный рынок	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	31-40	Согласно табл. 7.2
				Контрольная работа	38-39	
				Доклад	40	
5.	Ценообразование при разработке и освоении новой продукции	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	41-50	Согласно табл. 7.2
				Контрольная работа	48-49	
				Доклад	50	
6.	Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге	УК-1 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	51-60	Согласно табл. 7.2
				Доклад	60	
7.	Маркетинговые стратегии на инновационном рынке	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	61-70	Согласно табл. 7.2
				Тест	68-69	
				Кейс-задачи	70	
8.	Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий	УК-1 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	71-80	Согласно табл. 7.2
				Контрольная работа	78-79	
9.	Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	81-90	Согласно табл. 7.2
				Доклад	90	
				Тест	88-89	
10.	Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	91-100	Согласно табл. 7.2
				Доклад	100	
				Тест	98-99	
11.	Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга	УК-1 ПК-4 ПК-6	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов	Собеседование	101-110	Согласно табл. 7.2
				Контрольная работа	108-109	

Примеры типовых контрольных заданий для текущего контроля успеваемости

Типовые темы для сообщений

1. Основные направления инновационного развития банковской системы в условиях цифровой экономики.
2. Оценка современного уровня цифровизации банковской деятельности.
3. Современные тенденции развития инновационного рынка.
4. Проблемы и перспективы инновационного маркетинга в России.
5. Диджитализация и ее влияние на финансово-кредитную систему страны.
6. Искусственный интеллект и его сфера применения на финансовом рынке.
7. Современный онлайн сервис «Маркетплейс».
8. CRM-менеджмент.
9. Геймификация: возможности и границы использования в инновационном маркетинге.
10. Каналы продаж банковских продуктов и услуг в условиях цифровой экономики.

Типовые задачи

Задача №1

Организация компьютерной связи между банками позволила увеличить скорость обращения денег на 5%. Рост производства обусловил возрастание объема продаж в 1,2 раза. Предложение денег не изменилось. Как и во сколько % изменилась средняя цена товаров и услуг?

Типовая кейс-задача

Кейс-задача №1

Формулировка целей маркетинга

Сформулируйте цели маркетинга предприятия, работающего в любой отрасли на Ваш выбор. Составьте список конкретных маркетинговых задач для Вашего предприятия на ближайшую перспективу. Охарактеризуйте рынок вкратце (является ли он рынком продавца или рынком покупателя, насколько он монополизирован), определите рыночную долю Вашей фирмы. Существует ли инновационный подход в Вашей фирме к продвижению товара на рынок?

Воспользуйтесь информацией, размещенной на интернет-сайте предприятия.

Вопросы в тестовой форме

Тест по разделу (теме) 2 «Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы»

1. Заключительный этап системы маркетинга, здесь разрабатываются конкретные формы реализации концепций стратегического инновационного маркетинга ...
 - А. Оперативный маркетинг;
 - Б. Стратегический маркетинг;
 - В. Маркетинг инноваций;
 - Г. Инновационный маркетинг.
2. Формирование и реализация инновационной стратегии деятельности организации, предполагающей повышение ее конкурентоспособности является ... инновационного маркетинга.
 - А. Целью;

- Б. Предметом;
- В. Объектом;
- Г. Задачей.

3. Формализованная система управленческих решений, направленная на осуществление проникновения новшества на рынок – это ...

- А. Инновационный маркетинг;
- Б. Стратегия маркетинга;
- В. Стратегический инновационный маркетинг;
- Г. Тактический инновационный маркетинг.

Вопросы для собеседования по теме 1 «Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики»

1. Какие существуют подходы к определению термина «инновации»?
2. Чем определяется инновационный вектор развития экономики?
3. Что предполагает управление инновациями?
4. Какими факторами определяются предпосылки инновационного развития?
5. Перечислите основные источники инновационных идей.
6. На что направлена реализация инноваций?
7. Что такое жизненный цикл продукта?
8. Какие факторы определяют новизну продукции?
9. Что представляю собой маркетинговые инновации?
10. Какие существуют подходы к управлению инновациями?

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в форме тестирования (бланкового и/или компьютерного).

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – задания в тестовой форме, составляющие банк тестового задания (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемые на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 3 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных доля (%). БТЗ включает в себя не менее 100 вопросов, заданий и задач.

Для проведения *знаний* используются вопросы и заданий в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов);
- открытой (необходимо вписать правильный ответ);
- на установление правильной последовательности;
- на установление соответствия.

Умения, навыки и компетенции проверяются с помощью задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

1. Что понимают под инновацией?

А. Деятельность, обеспечивающую развитие товародвижения и нацеленную на удовлетворение потребностей;

Б. Источник роста международной конкурентоспособности и драйвер экономического развития, которые являются инструментом реализации основных законов развития общества;

В. Конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте.

Г. Обмен знаниями между людьми, компаниями, специалистами разных отраслей и странами, который создает определенные ценности.

2. ... инновации предполагают внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, его размещении и продвижении на рынок или методах формирования цены.

А. Организационные;

Б. Маркетинговые;

В. Продуктовые;

Г. Процессные.

3. Предпосылки инновационного развития определяются факторами:

А. Усилением уровня конкуренции между российскими и иностранными товарами на внутреннем рынке;

Б. Тенденцией глобализации экономических процессов, обусловленной интеграцией российской экономики в мировое экономическое общество;

В. Изменением приоритетов развития российской экономики, стимулированием инновационной деятельности, построением цифровой экономики.

Г. Все вышеперечисленное.

Задание в открытой форме

1. Инновационная маркетинговая политика - это ...

2. Организации, занимающиеся инновационной деятельностью, научными исследованиями и разработками – это...

3. Научно-технологический парк - это ...

Задание на установление правильной последовательности

1. Установите последовательность этапов разработки нового товара:

- А. Генерация идей;
 - Б. Отбор проектов;
 - В. Разработка стратегии маркетинга инновации;
 - Г. Разработка инновации;
 - Д. Анализ возможностей производства и сбыта;
 - Е. Испытание в рыночных условиях;
 - Ж. Разработка и проверка концепции инновации;
3. Развертывание коммерческого производства.

Задание на установление соответствия

Установите соответствие:

Термин	Определение
1. Инновация	А. поддерживает конкурентоспособность предприятий, порождая ответные отклики на требования потребителей, провоцируя предприятия создавать комплементарные или дополняющие товары и услуги, формируя технологический и коммерческий заделы для продуктовых и процессных инноваций
2. Регулярный инновационный маркетинг	Б. экономическое измерение научно-технического прогресса, его экономический смысл; экономически реализованная научная или бизнес-идея
3. Санационный инновационный маркетинг	В. связан с бизнес-процессами предприятия и их реорганизацией, в большей степени с реинжинирингом.
4. Тактический инновационный маркетинг	Г. ориентирован на подготовительные процессы размещения новых продуктов на тех или иных рынках и процессы, связанные с продвижением данного продукта на всех стадиях его жизненного цикла

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- положение П 02.016-2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для текущего контроля успеваемости по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	Балл	Примечание	Балл	Примечание
Практическое занятие №1	1	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №2	1	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №3	1	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №4	1	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №5	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №6	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №7	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №8	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №9	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №10	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие №11	2	Выполнил, но доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил, доля правильных ответов более 50%
СРС	6		12	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации, проводимой в форме тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ - 16 заданий (15 вопросов и одна задача). Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,

- решение задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.

Перевод баллов в традиционную систему оценок

85-100 баллов	отлично
70-84 балла	хорошо
50-69 баллов	удовлетворительно
менее 50 баллов	неудовлетворительно

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература

1. Артяков, В. В. Управление инновациями. Методологический инструментарий : учебник / В.В. Артяков, А.А. Чурсин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 206 с. — (Высшее образование: Магистратура). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851664> (дата обращения: 24.10.2022). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 570, [1] с.

3. Инновационный маркетинг: учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 294 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

8.2 Дополнительная учебная литература

5. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: [для студентов высших учебных заведений, обуч. по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (профиль "Инновационный менеджмент")] / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко; Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т. – Москва: Юрайт, 2017. - 302, [1] с.

6. Донцова, О. И. Инновационная экономика : учебник / О.И. Донцова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 217 с. — (Высшее образование: Магистратура). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1317775> (дата обращения: 24.10.2022). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

7. Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание / О. М. Игрунова. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Ч. 1. – 102 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А. В. Коротков. – Москва: Юнити, 2015. – 303 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

9. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга: практикум / Р. Е. Мансуров. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. – 183 с. : ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

10. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 237 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841700> (дата обращения: 24.10.2022). – Режим доступа: по подписке.- Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Инновационный маркетинг» для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» [Электр. ресурс] / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. – Курск: ЮЗГУ, 2021. - 16 с.

2. Методические рекомендации для самостоятельной работы по дисциплине «Инновационный маркетинг» для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» [Электр. ресурс] / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. – Курск: ЮЗГУ, 2021. -30 с.

3. Методические рекомендации для выполнения лабораторных работ по дисциплине «Инновационный маркетинг» для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» [Электр. ресурс] / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. – Курск: ЮЗГУ, 2021. -16 с.

8.4 Другие учебно-методические материалы

«Инновации».

«Маркетинг в России и за рубежом».

«Проблемы управления / CONTROL SCIENCES».

«Российское предпринимательство»

«Экономика и предпринимательство».

«Телекоммуникации».

«Искусственный интеллект и принятие решений».

«Вопросы экономики».

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечные системы:

1. Научная электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>;

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>;

3. Информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://нэб.рф/>;

5. Электронная библиотека ЮЗГУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://library.kstu.kursk.ru:8087/jirbis2/>.

2. Современные профессиональные базы данных:

1. БД «Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>;
2. Профессиональная база данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kurskstat.gks.ru/>;
3. База данных «Web of Science» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://apps.webofknowledge.com/>;
4. База данных «Scopus» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.scopus.com/>.

3. Информационные ресурсы со свободным доступом:

1. Ассоциация Российских банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://arb.ru/>
2. Группа Всемирного банка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.worldbank.org>.
3. МВФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.imf.org>.
4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/?fullversion=1>
5. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>
6. Национальное бюро кредитных историй [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nbki.ru/>
7. Организация экономического сотрудничества и развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://oecd.org>.
8. ФИНАМ [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://www.finam.ru/>
9. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины «Инновационный маркетинг» являются **лекции и практические занятия**. Студент не имеет права пропускать занятия без уважительных причин.

На лекциях излагаются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, даются рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции студент должен внимательно слушать и конспектировать материал.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала,

развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практическое занятие предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Оно начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет баллы выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе практических занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

Преподаватель уже на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Инновационный маркетинг»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т.д.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, промежуточный контроль путем обработки студентами пропущенных лекций, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседование). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления основного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному усвоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Инновационный маркетинг» с целью усвоения и закрепления компетенций.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Инновационный маркетинг» - закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки самостоятельного анализа особенностей дисциплины.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Microsoft Office 2016

LibreOffice

Kaspersky Endpoint Security Russian Edition

Информационные справочные системы:

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>;

Информационно-аналитическая система Science Index (электронный читальный зал периодических изданий научной библиотеки).

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы, оснащенные учебной мебелью: столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска. Демонстрационное оборудование: экран, ноутбук, проектор. Учебно-наглядные пособия. Компьютеры, объединенные в локальную сеть с доступом в Интернет. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы,

письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

