

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac1da145f4155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг инноваций

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Маркетинг инноваций / сост. доцент, к.э.н. Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг инноваций" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

доцент, к.э.н. Трубникова В.В.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение знаний и умений в области внедрения инновационных технологий в процессе маркетинговой деятельности.
1.2	Задачи исследования:
1.3	- формирование теоретических знаний и практических навыков по основам маркетинга инноваций;
1.4	- ознакомление с сущностью и основными видами инноваций;
1.5	- формирование представлений об особенностях применения инновационных маркетинговых технологий;
1.6	- обеспечить приобретение навыков анализа рыночных факторов, влияющих на развитие маркетинговой деятельности в соответствии со сложившейся ситуацией;
1.7	- получение навыков принятия маркетинговых решений с использованием инструментов маркетинга инноваций;
1.8	- отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля маркетинговой деятельности предприятия на рынке инноваций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.4
--------------------	-----------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Знать:

сущность функциональных стратегий

Уметь:

анализировать маркетинговые стратегии

Владеть:

навыками анализа функциональных стратегий

ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Знать:

процедуру разработки проектов и программ внедрения технологических и продуктовых инноваций;

методы и приемы разработки и реализации программ организационных изменений

методы оценки эффективности инновационной деятельности в рамках маркетинга.

Уметь:

использовать методы анализа при оценке перспектив новых товаров;

разрабатывать программы внедрения инновационных продуктов на рынок;

анализировать результаты внедрения инновационных маркетинговых проектов.

Владеть:

навыками разработки маркетинговых планов

методами управления проектами в области маркетинга инноваций

навыками принятия креативных решений в сфере продвижения инновационных продуктов на рынке.

ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Знать:

способы оформления маркетинговых инновационных решений

Уметь:

оформлять решения в сфере маркетинговых инноваций
Владеть:
навыками документального оформления решений о разработке новых продуктов
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
Знать:
особенности воздействия макроэкономической среды
Уметь:
оценивать специфические риски в инновационной деятельности
Владеть:
навыками анализа инновационных технологий, используемых в маркетингом

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Маркетинговая и инновационная политика предприятий	Раздел			
1.1	Сущность и современные проблемы маркетинга инноваций	Лек	7	2	2
1.2	Сущность и современные проблемы маркетинга инноваций	Пр	7	4	2
1.3	Сущность и современные проблемы маркетинга инноваций	Ср	7	6	0
1.4	Направления маркетинговой деятельности при освоении новых изделий	Ср	7	6	0
1.5	Сущность и классификация инноваций	Лек	7	2	2
1.6	Сущность и классификация инноваций	Пр	7	4	2
1.7	Сущность и классификация инноваций	Ср	7	6	0
1.8	Функции, методы и модели инновационного маркетинга	Лек	7	2	0
1.9	Функции, методы и модели инновационного маркетинга	Пр	7	4	0
1.10	Функции, методы и модели инновационного маркетинга	Ср	7	4	0
1.11	Организация инновационной деятельности	Лек	7	2	2
1.12	Организация инновационной деятельности	Пр	7	4	2
1.13	Организация инновационной деятельности	Ср	7	4	0
1.14	Управление затратами на инновационную деятельность	Лек	7	2	0
1.15	Управление затратами на инновационную деятельность	Ср	7	4	0

1.16	Управление затратами на инновационную деятельность	Пр	7	4	0
	Раздел 2. Инновационные аспекты маркетинговых стратегий	Раздел			
2.1	Организация процесса освоения производства новых изделий	Лек	7	2	0
2.2	Организация процесса освоения производства новых изделий	Пр	7	4	0
2.3	Организация процесса освоения производства новых изделий	Ср	7	4	0
2.4	Рыночный потенциал и маркетинговые возможности организации	Лек	7	2	0
2.5	Рыночный потенциал и маркетинговые возможности организации	Пр	7	4	0
2.6	Рыночный потенциал и маркетинговые возможности организации	Ср	7	4	0
2.7	Продукт как средство решения потребительских проблем	Пр	7	2	0
2.8	Стратегическое управление в маркетинге инноваций	Лек	7	2	0
2.9	Продукт как средство решения потребительских проблем	Ср	7	4	0
2.10	Конкурентные преимущества	Пр	7	2	0
2.11	Конкурентные преимущества	Ср	7	4	0
2.12	Стратегическое управление в маркетинге инноваций	Пр	7	2	0
2.13	Стратегическое управление в маркетинге инноваций	Ср	7	4	0
2.14	Эффективность инновационной деятельности	Лек	7	2	0
2.15	Эффективность инновационной деятельности	Пр	7	2	0
2.16	Эффективность инновационной деятельности	Ср	7	4	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Молчанов Н. Н. - Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1.: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/9129B88B-BFA8-4E20-A1D0-4292F31911DE	1
Л1.2	Молчанов Н. Н. - Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2.: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/88FCEB48-724B-440C-B632-82B80B79E384	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Миронова Д.Ю. - Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций: учебное пособие - Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2015.	http://www.iprbookshop.ru/68132.html	1

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.2	Короткова Т. Л. - Маркетинг инноваций: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/167DA1A7-FB21-4F7F-84DD-C1BCDEAC2185	1
Л2.3	Власов А. В., Короткова Т. Л. - Коммерциализация и маркетинг инноваций - Москва: Креативная экономика, 2012.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132621	1
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;		
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857		
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;		
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;		
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	СС "Консультант Плюс"		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 402. Доска классная – 1 шт.
7.2	Стол офисный угловой с подкатной тумбой 140*140/65*75 – 1 шт. Стол ученический двухместный – 34 шт. Стул ученический – 61 шт. Трибуна – 1 шт. Мобильный ПК Samsung RV513 Notebook K52JK- 1шт. Переносной проектор SANYO PDGDSU20E
7.3	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 523. Стол ученический двухместный – 12 шт. Стул ученический – 26 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл № 9 персик 5 этаж каб. №523 – 1 шт. Настольная трибуна – 1 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.4	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимися на кафедре.

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Практические занятия имеют следующую структуру:

- тема практического занятия;

- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических задач, проектов и т. п.

- рекомендуемая литература.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые содержатся в рабочей программе дисциплины в свободном доступе для студентов.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет-ресурсы.

В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.

Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.