

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ И.Н.
Сычева

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: **Б1.В.ДВ.2.1 «Маркетинг инноваций»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.02**

Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): **Управление малым бизнесом**

Статус дисциплины: **элективные дисциплины (модули)**

Форма обучения: **очно - заочная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	старший преподаватель	Н.Н. Кузьмина
Согласовал	Зав. кафедрой «М»	И.Н. Сычева
	руководитель направленности (профиля) программы	И.Н. Сычева

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-7	Способность участвовать в программе внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций	ПК-7.2	Применять методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок
		ПК-7.4	Разрабатывать стратегию реализации организационных изменений

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Инновационный менеджмент, Маркетинг
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика

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

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очно - заочная	24	0	24	60	57

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

Форма обучения: очно - заочная

Семестр: 10

Лекционные занятия (24ч.)

1. Инновации как товар. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[1,4,5,6] Специфика инноваций. Их классификация.

Потребительские ценности инновационных продуктов. Основы управления программой организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций

2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (6ч.)[2,4,5,6,14] Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.

3. Стратегии реализации организационных изменений {анализ казусов} (6ч.)[5,6,14] Рынок инноваций. Оценка воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Разработка стратегий реализации организационных изменений

4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок {дискуссия} (4ч.)[2,3,7,14] Барьеры восприятия новинок потребителями. Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок

5. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[2,6] Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.

Практические занятия (24ч.)

1. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {беседа} (6ч.)[6,8,14] Разработка программ внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Формирование спроса на организационные изменения, продуктовые и технологические инновации

2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {метод кейсов} (4ч.)[5,6,8,10,13,14] Маркетинговые аспекты процесса создания и внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.

3. Стратегии реализации организационных изменений {дискуссия} (4ч.)[2,4,5]

Разработка стратегий реализации организационных изменений. Формы сотрудничества партнеров в бизнесе. Методы нейтрализации предпринимательских рисков.

4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок {анализ казусов} (4ч.)[6,7] Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок. Анализ поведения потребителей..

5. Ценообразование в сфере инноваций. {метод кейсов} (6ч.)[4] Ценообразование как элемент программы внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Проблемы ценообразования инноваций. Виды цен. Факторы, влияющие на процесс установления цены. Ценовые стратегии «снятия сливок» и проталкивания инновации на рынок.

Самостоятельная работа (60ч.)

1. Подготовка к текущим лекционным занятиям(16ч.)[2,3,4,5] Подготовка к текущим лекционным занятиям

2. Подготовка к к практическим занятиям(24ч.)[4,6,12,13,14] Подготовка к к практическим занятиям

3. Самостоятельное изучение тем дисциплины(2ч.)[1,3,4,5,6,8] Самостоятельное изучение тем дисциплины

4. Подготовка к промежуточной аттестации(18ч.)[2,3] Подготовка к промежуточной аттестации - зачёту

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

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Тузовская С.А. Разработка продуктовых инноваций по дисциплине «Маркетинг инноваций» для студентов направления 38.03.02 Управление малым бизнесом – Барнаул, АлтГТУ, 2020. Прямая ссылка: http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya_RazrProdInn_mu.pdf

2. Тузовская С.А. Основы маркетинга: Учебное пособие. / Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014. - Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya_om.pdf

3. Ревякин В.С., Тузовская С.А. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины «Маркетинг территорий» студентам направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» очной формы обучения – Барнаул: Изд-во Алт.гос.техн.ун-т, 2019. Прямая ссылка: http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Revyakin_MarkTerr_mu.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник : [16+] / 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). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03982-9. – Текст : электронный.

5. Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559> (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр.: с. 174-175. – ISBN 978-5-8158-2072-2. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

6. Власов, А.В. Коммерциализация и маркетинг инноваций / А.В. Власов, Т.Л. Короткова. – Москва : Креативная экономика, 2012. – 168 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132621> (дата обращения: 18.11.2020). – ISBN 978-5-91292-087-5. – Текст : электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

7. <http://www.advi.ru/> "Рекламные Идеи" - журнал для практиков рекламы и маркетинга

8. <http://www.sci-innov.ru/> Федеральный портал по научной инновационной деятельности

9. Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - Режим доступа: www.esomar.org

10. База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг "Names" - Режим доступа: www.crg.li

11. Информационно-поисковые системы агентств «Бизнес-карта», ЗАО «АСУ-Импульс», «Российский генеральный регистр производителей товаров и услуг», «Независимые производители товаров и услуг России», «Регистр РАУ-Пресс».

12. Информационно-справочная система «Консультант плюс» [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru

13. Информационно-справочная система «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru

14. <http://www.krylov.infontr.ru/> Научно-технический информационный портал «Наука, инновации, промышленность»

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Chrome
1	Acrobat Reader
1	LibreOffice
2	Windows
3	Microsoft Office
3	Антивирус Kaspersky
4	Opera
6	Skype
7	Гарант
8	WinRar
8	Яндекс.Браузер
9	7-Zip

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)
3	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (http://gramota.ru/)

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».