

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
Сычева

И.Н.

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: **Б1.О.25 «Маркетинг инноваций»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **22.03.01**

Материаловедение и технологии материалов

Направленность (профиль, специализация): **Материаловедение и технологии композиционных материалов**

Статус дисциплины: **обязательная часть**

Форма обучения: **очная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	Н.А. Мягкова
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиПМ»	В.А. Любичка
	руководитель направленности (профиля) программы	Е.С. Ананьева

г. Барнаул

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

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ОПК-2	Способен участвовать в проектировании технических объектов, систем и технологических процессов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений	ОПК-2.3	Учитывает при проектировании технических объектов, систем и технологических процессов экономические, экологические и социальные ограничения
ОПК-3	Способен участвовать в управлении профессиональной деятельностью, используя знания в области проектного менеджмента	ОПК-3.2	Демонстрирует знания в области проектного менеджмента

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Инженерное предпринимательство, Научно-исследовательская работа, Разработка и реализация проектов
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Выпускная квалификационная работа, Экспериментальные методы исследования в материаловедении

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	
очная	16	0	16	76	43

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

Форма обучения: очная

Семестр: 7

Лекционные занятия (16ч.)

- 1. Понятие маркетинга инноваций {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,5]** Понятие маркетинга инноваций. Задачи маркетинга инноваций в зависимости от стадии инновационного процесса. Жизненный цикл инновационного товара.
- 2. Анализ спроса на инновации {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,5]** Сущность закона спроса. Управление спросом. Внутренние и внешние факторы спроса на инновационную продукцию. Проектирование технических объектов.
- 3. Мотивация инноваций {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,5]** Мотивация создания и продажи инноваций. Мотивация покупки инноваций. Учет экономических, социальных и экологических ограничений.
- 4. Обработка патентной информации при проведении маркетинговых исследований {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[4,5]** Сфера применения патентной информации в маркетинге инноваций: при анализе тенденций развития рынка; анализе условий конкуренции на рынке; поиске фирм-партнеров. Основы проектного менеджмента.
- 5. Рекламная и сбытовая политика {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,5]** Условия коммерциализации инновации. Управление профессиональной деятельностью. Системы сбыта в зависимости от различных условий коммерциализации инноваций. Франчайзинг.
- 6. Ценовая политика в маркетинге инноваций {метод кейсов} (2ч.)[4,5]** Особенности формирования цен на инновационный товар. Структура затрат на инновационные товары.
- 7. Инновационные риски {лекция-пресс-конференция} (2ч.)[4,5]** Риски на различных стадиях инновационного процесса. Методы анализа риска и прогнозирования развития ситуации. Мероприятия по снижению влияния инновационных рисков

Практические занятия (16ч.)

- 8. Основы маркетинга инноваций {дискуссия} (2ч.)[1,2,3]** Обсуждение основных положений маркетинговой деятельности на различных этапах инновационного процесса. Разработка конкурентной карты. Участие в проектировании технических объектов, систем и технологических процессов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений.
- 9. Производственно-торговая стратегия производителя {«мозговой штурм»} (2ч.)[1,2,3]** Обсуждение с применением примеров внутренних и внешних факторов спроса на инновационную продукцию. Оценка конкурентоспособности

инноваций.

10. Мотивация инноваций {дерево решений} (4ч.)[1,2,3] Обсуждение основных мотивов создания и продажи инноваций: повышение конкурентоспособности инноваций; повышение имиджа предприятия на рынке за счет создания инноваций; выход на новые рынки; увеличение денежного потока; снижение материалоемкости продукции. Обсуждение основных мотивов покупки инноваций.

11. Использование патентной информации в процессе проведения маркетинговых исследований {беседа} (2ч.)[1,2,3] Обсуждение способов защиты объектов интеллектуальной собственности. Управление профессиональной деятельностью, используя знания в области проектного менеджмента

12. Рекламная стратегия инновационного предприятия {метод кейсов} (2ч.)[1,2,3] Обсуждение процесса управления коммерциализацией инноваций: этапы, проблемы, роль рекламной политики. Коммуникационная политика.

13. Формирование цены на инновации {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3] Обсуждение системы ценообразования на инновационные товары. Учет в проектировании экономических, экологических и социальных ограничений.

14. Анализ инновационных рисков {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3] Обсуждение мероприятий по снижению влияния инновационных рисков.

Самостоятельная работа (76ч.)

15. Знакомство со стратегическими альянсами в российской аэрокосмической промышленности, производящими изделия из композиционных материалов(24ч.)[4,9,11] Подготовка докладов и презентаций по предприятиям, входящим в стратегический альянс. Знакомство с проектированием технических объектов, систем и технологических процессов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений.

16. Проведение исследования рынка производителей продукции из композиционных материалов в Алтайском крае.(24ч.)[4,9,11] Подготовка докладов и презентаций по предприятиям- производителям продукции из композиционных материалов, используя знания в области проектного менеджмента.

17. Подготовка к лекционным занятиям(10ч.)[4,9,11] Изучение литературы по темам практических занятий

18. Подготовка к практическим занятиям(12ч.)[4,9,11] Изучение литературы по темам лекционных занятий.

19. Подготовка к зачету(6ч.)[4,6,9,11] Изучение литературы.

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. Мягкова Н.А. Учебно-методическое пособие (задание к выполнению практических занятий) по дисциплине «Маркетинг инноваций»: для студентов очной формы обучения по направлению подготовки «Материаловедение и технология материалов» / АлтГТУ им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2020. – 28 с.

http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Myagkova_MarkInn_pz_ump.pdf

2. Козлова Ж.М. Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине "Менеджмент и маркетинг", АлтГТУ - 2017. Режим доступа:

http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Kozlova_ManageMarket_met2017.pdf

3. Мачин К.А.Маркетинг: сборник кейсов. Практикум - АлтГТУ, 2016. Режим доступа:

http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Machin_market_case.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

4. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник/ А. М. Годин. - 12-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>

5. Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2015. – 750 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934> (дата обращения: 21.12.2020). – Библиогр.: с. 725-730. – ISBN 978-5-394-02387-3. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

6. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник :/ М. Н. Григорьев. - М. : Юрайт, 2012. - 464 с. – 11 экз.

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

7. Справочно-правовая система «Консультант-плюс» <http://www.consultant.ru/>

8. Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru/>

9. Базы данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» <http://www.market-agency.ru>

10. Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) <http://www.esomar.or>

11. Единый информационно-аналитический портал государственной

поддержки инновационного развития бизнеса (АИС «Инновации») innovation.gov.ru

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	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№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	Научные ресурсы в открытом доступе (http://www.prometeus.nsc.ru/sciguide/page0607.ssi)
3	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/)

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».