

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.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. Любичкая
	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.	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.)[4,7,8] 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.)[4,7,8] Подготовка докладов и презентаций по предприятиям- производителям продукции из композиционных материалов, используя знания в области проектного менеджмента.

17. Подготовка к лекционным занятиям(10ч.)[4,7,8] Изучение литературы по темам практических занятий

18. Подготовка к практическим занятиям(12ч.)[4,7,8] Изучение литературы по темам лекционных занятий.

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

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

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

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_markt_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. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 216 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991>

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

8. 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.

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	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/)
2	Научные ресурсы в открытом доступе (http://www.prometeus.nsc.ru/sciguide/page0607.ssi)

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».