МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____Сенченко П.В.
«13» _____12_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **27.04.05 Инноватика**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление наукоемкими проектами и технологическое предпринимательство**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Передовая инженерная школа «Электронное приборостроение и системы связи» (ПИШ)**
Кафедра: **передовая инженерная школа (ПИШ)**
Курс: **2**
Семестр: **3**
Учебный план набора 2024 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	3 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	18	18	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	18	18	часов
Самостоятельная работа	72	72	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	108	108	часов
	3	3	з.е.

Формы промежуточной аттестации	Семестр
Зачет с оценкой	3

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 13.12.2023
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 80695

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Сформировать способность выбирать оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности, а также разрабатывать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять обоснование подходов к продвижению проектов.

1.2. Задачи дисциплины

1. Изучить теоретические основы маркетинга инновационного продукта и его особенности, связанные со спецификой инновационного продукта.
2. Научиться использовать результаты маркетинговых исследований для оценки экономического потенциала инновации, затрат на реализацию научно-исследовательского проекта.
3. Сформировать способности применять маркетинговые исследования для выбора (нахождения) оптимальных решений при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.
Модуль дисциплин: Модуль профессиональной подготовки (major).
Индекс дисциплины: Б1.В.01.ДВ.02.02.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):
Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		
-	-	-
Общепрофессиональные компетенции		
-	-	-
Профессиональные компетенции		

Согласована на портале № 80695

ПК-4. Способен разрабатывать план управления документацией и план управления проектом, формировать план финансирования проекта, план доходов организации, связанных с выполнением проекта в области ИТ малого и среднего уровня сложности, определять перечень рисков проекта, согласовывать и утверждать план управления проектом с заинтересованными сторонами проекта	ПК-4.1. Знает подходы к разработке планов управления документацией и планов управления проектом	Понимать концептуальные основы маркетинга инноваций для анализа рынка, в условиях неопределенности, для проектирования новых продуктов и их свойств
	ПК-4.2. Умеет формировать план финансирования проекта, план доходов организации, связанных с выполнением ИТ-проекта	Применять навыки анализа определенного сегмента рынка для диагностирования развития рынка инновационных продуктов в условиях неопределенности
	ПК-4.3. Владеет технологиями определения перечня рисков проекта, согласования и утверждения плана управления проектом с заинтересованными сторонами	Оценивать риски проекта, проектировать план управления проектом и программой продвижения

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		3 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	36	36
Лекционные занятия	18	18
Практические занятия	18	18
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	72	72
Подготовка к дискуссии	18	18
Подготовка к зачету с оценкой	18	18
Подготовка к тестированию	18	18
Выполнение практического задания	18	18
Общая трудоемкость (в часах)	108	108
Общая трудоемкость (в з.е.)	3	3

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Лек. зан., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции

Согласована на портале № 80695

3 семестр					
1 Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	8	8	36	52	ПК-4
2 Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	10	10	36	56	ПК-4
Итого за семестр	18	18	72	108	
Итого	18	18	72	108	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)	Трудоемкость (лекционные занятия), ч	Формируемые компетенции
3 семестр			

Согласована на портале № 80695

1 Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая. Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в экономике. Специфика рынка инновационной продукции. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций. Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса. Стратегия и тактика воздействия на поведение потребителя-новатора. Инновационные территориальные кластеры как инструменты повышения конкурентоспособности высокотехнологичных инноваций. Стейкхолдеры маркетинга инноваций в наукоемких отраслях	4	ПК-4
	Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий. Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций. Механизм маркетинга новаций. Роль стратегического маркетинга при создании инноваций. Методы анализа рынка и текущего планирования маркетинга инновационной продукции. Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей	2	ПК-4
	Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий. Латеральный подход как креативный метод эффективного маркетинга. Холистический маркетинг — путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса. Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций	2	ПК-4
	Итого	8	

Согласована на портале № 80695

2 Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	Маркетинговые инструменты разработки продуктовых инноваций в технологичных отраслях. Маркетинговый «портрет» высокотехнологичных инноваций. Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Методология исследования конкурентоспособности новой продукции на основе концепции маркетинга инноваций. Роль информационных технологий в маркетинговом сопровождении и анализе конкурентоспособности инноваций. Ассортиментная политика фирм-новаторов	2	ПК-4
	Управление затратами и ценами инноваций. Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов. Ценообразование в инновационном бизнесе. Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций. Система товародвижения и сбыта инновационной продукции. Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса. Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере	4	ПК-4
	Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса. Маркетинговая составляющая диффузии инноваций. Особенность рекламы высокотехнологичных изделий. Корпоративный стиль в системе маркетинговых коммуникаций инновационной компании. Эффективность рекламных кампаний в инновационном бизнесе. Организация маркетинга в инновационной компании. Цели и факторы эффективной организации маркетинговой деятельности. Формы организации маркетинговой деятельности для формирования ключевых компетенций инновационной компании	4	ПК-4
	Итого	10	
	Итого за семестр	18	
	Итого	18	

Согласована на портале № 80695

5.3. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.3.

Таблица 5.3. – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
3 семестр			
1 Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	Введение в маркетинг, потребители, рынки и их анализ. Цели и методы маркетинговых исследований	4	ПК-4
	Сбор информации для маркетинга	2	ПК-4
	Комплекс маркетинга. Принципы сегментирования рынка, портрет потребителя	2	ПК-4
	Итого	8	
2 Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	Выход инновационной компании на рынок	2	ПК-4
	План и стратегия маркетинга. Инструментарий маркетинга	4	ПК-4
	Управление маркетингом инновационного продукта	2	ПК-4
	Маркетинг в международном пространстве	2	ПК-4
	Итого	10	
Итого за семестр		18	
Итого		18	

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
3 семестр				

Согласована на портале № 80695

1 Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	Подготовка к дискуссии	9	ПК-4	Дискуссия
	Подготовка к зачету с оценкой	9	ПК-4	Зачёт с оценкой
	Подготовка к тестированию	9	ПК-4	Тестирование
	Выполнение практического задания	9	ПК-4	Практическое задание
	Итого	36		
2 Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	Подготовка к дискуссии	9	ПК-4	Дискуссия
	Подготовка к зачету с оценкой	9	ПК-4	Зачёт с оценкой
	Подготовка к тестированию	9	ПК-4	Тестирование
	Выполнение практического задания	9	ПК-4	Практическое задание
	Итого	36		
Итого за семестр		72		
Итого		72		

5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ПК-4	+	+	+	Дискуссия, Зачёт с оценкой, Практическое задание, Тестирование

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

Формы контроля	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
3 семестр				
Зачёт с оценкой	5	10	15	30
Практическое задание	10	10	10	30
Тестирование	5	10	15	30
Дискуссия	0	5	5	10
Итого максимум за период	20	35	45	100

Согласована на портале № 80695

Нарастающим итогом	20	55	100	100

6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Баллы на дату текущего контроля	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК	2

6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 – 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 – 89	B (очень хорошо)
	75 – 84	C (хорошо)
	70 – 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 – 69	
	60 – 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/538134.

7.2. Дополнительная литература

1. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В. А. Семиглазов - 2016. 173 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6207.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг инновационного продукта: Методические указания к практическим занятиям и к самостоятельной работе / П. Н. Дробот - 2018. 55 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8902.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

Согласована на портале № 80695

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лекторий: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 229/1 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- Панель интерактивная Lumien со встраиваемым ПК
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:
- Microsoft Windows 10 Pro;
- PTC Mathcad 14;
- Smath Studio Desktop 0.98;

Лекторий: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 229/2 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- Панель интерактивная.
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:
- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- учебная мебель;
- компьютеры;

Согласована на портале № 80695

- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)
1 Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	ПК-4	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Практическое задание	Темы практических заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Дискуссия	Примерный перечень тем для дискуссий
2 Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	ПК-4	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Практическое задание	Темы практических заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Дискуссия	Примерный перечень тем для дискуссий

Согласована на портале № 80695

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции
2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.
3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.

Согласована на портале № 80695

5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Реинжиниринг бизнес-процессов – это
   а) перепроектирование процессов;
   б) планирование ресурсов, синхронизированное с покупателем;
   в) формирование структур, функций и процессов, оптимальным способом реализующих цели организации;
   г) методология поэтапного совершенствования продукции, производственных технологий, организационных структур.
2. Деятельность по предоставлению фирмой финансовых средств отдельным лицам или организациям, занятым в сфере спорта, культуры, здравоохранения, образования и т.д., для достижения ею поставленных целей в области маркетинга – это:
   а) благотворительность;
   б) меценатство;
   в) спонсорство;
   г) патронаж.
3. Зависимость вложений в сферу корпоративных коммуникаций от важности общественного мнения о фирме является:
   а) неустойчивой;
   б) не поддающейся расчету;
   в) обратной;
   г) прямой.
4. Относительно активная часть населения, оказывающая существенное (а часто решающее) влияние на жизнедеятельность общества в политической, экономической, социальной, духовно-информационной (культурной) сферах – это
   а) контактная группа;
   б) целевая аудитория;
   в) субъекты рекламы;
   г) общественность.
5. Исследования в маркетинге инноваций отличаются от традиционных исследований:
   а) отсутствием фактических потребителей;
   б) отсутствием фактических рынков;
   в) наличием регулярной практики потребления;
   г) наличием стратегии.
6. Отличие PR от продвижения состоит в
   а) приоритетном представлении организации в целом;
   б) приоритетном представлении нового товара на новом рынке;
   в) приоритетном представлении миссии предприятия;
   г) нет отличий.
7. Каналы сбыта с организационной точки зрения подразделяются на
   а) сложные каналы распределения;
   б) обычные каналы распределения;
   в) дифференцированные каналы распределения;
   г) детерминированные каналы распределения.
8. Латеральный маркетинг используется:
   а) при менее рискованной философии бизнеса;
   б) при недавно созданных рынков, находящихся на ранней стадии развития;
   в) при доступности ресурсов или когда предприятие готово к инвестициям;
   г) при конфиденциальности информации.
9. Характеристика товара-новинки, выражающаяся в степени его кажущегося превосходства

Согласована на портале № 80695

над существующими товарами:
а) сложность;
б) сравнительное преимущество;
в) коммуникационная наглядность;
г) доступ к информации.

10. Диффузия – это:
а) уничтожение информации;
б) процесс принятия инноваций;
в) процесс создания инноваций;
г) процесс реализации инноваций.

9.1.2. Перечень вопросов для зачета с оценкой

1. Сущность понятий «инновация», «инновационный продукт», «инновационная деятельность»
2. Разработка комплексного представления потребителя об инновационном продукте. Его основные компоненты
3. Классификация инноваций. Основные классификационные признаки и классификационные группы.
4. Понятие жизненного цикла товара
5. Дифференциация инновационного продукта как маркетинговый прием
6. Понятие жизненного цикла инновации
7. Характеристика основных групп потребителей радикальных инноваций
8. Сущность формирования системной экономики потребителя
9. Инновационные технологии и инновационный продукт. Основные этапы разработки инновационных технологий
10. Жизненный цикл спроса на инновации
11. Преобразование цепочки ценности при создании потребительской стоимости
12. Развитие инновационной деятельности как важнейший приоритет государственной политики
13. Взаимосвязь жизненных циклов инноваций и товаров с темпами роста рынка
14. Интеграция в маркетинговой стратегии выхода на рынок инноваций
15. Понятие референтности. Характеристика референтной группы и ее роль в позиционировании инновационных товаров
16. Понятие кластеров и их роль в интеграции маркетинговой стратегии выхода на рынок
17. Основные правовые нормативные акты в области инновационного развития национальной экономики
18. Характеристика группы потребителей «технологические энтузиасты»
19. Понятие аутсорсинга, его роль в повышении эффективности инновационной деятельности предприятия и в реализации товаров на рынке
20. Особенности ценообразования на инновационные товары, ориентированного на группу потребителей «технологические энтузиасты»

9.1.3. Темы практических заданий

1. Инновация, ее свойства, функции. Характеристика и структура инновационных процессов. Государственное регулирование инновационной деятельности в России. Инновации как основа роста современной экономики.
2. Инновационный менеджмент. Оценка инновационных возможностей предприятия. Управление персоналом в инновационной сфере. Расчет фонда заработной платы персонала в инновационной организации. Стратегическое управление инновационной деятельностью. Виды инновационных стратегий предприятия.
3. Ценообразование на инновационную продукцию. Управление рисками в инновационной деятельности предприятия. Расчет риска инновационного проекта.
4. Освоение наукоемких технологий. Российский рынок инноваций в современных условиях. Оценка интеллектуальной собственности на инновации.
5. Оценка эффективности инновационных проектов. Динамические методы расчета эффективности проекта. Использование сетевых моделей в управлении инновационными проектами. Оценка эффективности инновационных проектов.

Согласована на портале № 80695

9.1.4. Примерный перечень тем для дискуссий

1. Виды инновационных стратегий предприятия.
2. Ценообразование на инновационную продукцию.
3. Управление рисками в инновационной деятельности предприятия.
4. Расчет риска инновационного проекта.
5. Освоение наукоемких технологий.

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами

Согласована на портале № 80695

С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;

– в печатной форме с увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа;

– методом чтения ассистентом задания вслух;

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;

– набор ответов на компьютере;

– набор ответов с использованием услуг ассистента;

– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 80695

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ПИШ
протокол № 4 от «11» 12 2023 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. ПИШ	А.Г. Лощилов	Согласовано, 55af61de-b8ed-4780-9ba6-8adedc18f4ec
Заведующий обеспечивающей каф. ПИШ	А.Г. Лощилов	Согласовано, 55af61de-b8ed-4780-9ba6-8adedc18f4ec
Начальник учебного управления	И.А. Лариошина	Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73

ЭКСПЕРТЫ:

Доцент, каф. Передовая инженерная школа "Электронное приборостроение и системы связи" им. А.В. Кобзева	В.Ю. Цибульникова	Согласовано, bbc9013e-1509-4582-b986-4eb4b832138c
Заместитель директора по образованию, каф. Передовая инженерная школа "Электронное приборостроение и системы связи" им. А.В. Кобзева	Ю.В. Шульгина	Согласовано, ea49db22-c3de-481e-88a5-479145e4aa44

РАЗРАБОТАНО:

Доцент, каф. Передовая инженерная школа "Электронное приборостроение и системы связи" им. А.В. Кобзева	В.Ю. Цибульникова	Разработано, bbc9013e-1509-4582-b986-4eb4b832138c

Согласована на портале № 80695