

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра « Управление инновационными проектами и процессами »



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

И.В. Макурин

01

2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций»

основной профессиональной образовательной программы

подготовки бакалавров по направлению

27.03.05 «Инноватика»,

профиль «Управление инновационными проектами»

2018 г.

Форма обучения Заочная
Технология обучения Традиционная

Комсомольск-на-Амуре 20__

Автор рабочей программы
доцент, канд. техн. наук


В.П. Егорова
« 14 » 03 20 17 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки


И.А. Романовская
« 14 » 03 20 17 г.

Заведующий кафедрой
«Управление инновационными про-
цессами и проектами»


М.А. Горькавый
« 14 » 03 20 17 г.

Декан ФЗДО


М.В. Семибратова
« 14 » 03 20 17 г.

Начальник УМУ


Е.Е. Поздеева
« 14 » 03 20 17 г.

1 Общие положения

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 43452 от 26 августа 2016, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Управление инновационными проектами» по направлению подготовки Инноватика .

Практическая подготовка реализуется на основе:

- Профессиональный стандарт 40.033 «СПЕЦИАЛИСТ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ И ТАКТИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА». Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)

Задачи дисциплины	Формирование у студентов знаний основных методов моделирования систем, современных технических средств и их программное обеспечение для решения задач моделирования; Развитие у студентов умений производить анализ исходной задачи, осуществлять оценку необходимости решения задачи методом моделирования, приводить исходную модель к виду, удобному для моделирования, применять известные методы для идентификации математических моделей
Основные разделы / темы дисциплины	Основные понятия теории моделирования Математические схемы моделирования Формализация процессов функционирования систем Статистическое компьютерное моделирование Инструментальные средства моделирования Планирование машинных экспериментов Обработка и анализ результатов моделирования

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по практике

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ПК-7 Способностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов	З1(ПК-7-4) Категориальный аппарат оценки и анализа ресурсов организации и внешней среды в области продвижения нового товара, услуги, технологии	У1(ПК-7-4) Разрабатывать концепции нового товара, управлять ассортиментом новых товаров и услуг, интегрально оценивать комплексы ресурсов отдельных инновационных проектов.	Н1(ПК-7-4) Навыками использования методов и технологий проведения маркетинговых исследований на инновационном рынке
	З2(ПК-7-4) Методы и технологии системного анализа маркетинговой информации	У2(ПК-7-4) Применять инструментарий маркетинга в задачах анализа и систематизации исходных данных для разработки инновационных проектов, процессов и стратегий	Н2(ПК-7-4) Методами и средствами разработки системы маркетинга в инновационной сфере деятельности предприятия.

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы и технологии продвижения инноваций» изучается на 3 курсе(ах) в 5 семестре(ах).

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательным дисциплинам вариативной части.

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций», будут востребованы при изучении последующих дисциплин «Управление стратегическим развитием».

Дисциплина «Методы и технологии продвижения инноваций» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения / выполнения практических занятий, практикумов, лабораторных работ, иных видов учебной деятельности.

Дисциплина «Методы и технологии продвижения инноваций» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся активной гражданской позиции, уважения к правам и свободам человека, знания правовых основ и законов, воспитание чувства ответственности или умения аргументировать, самостоятельно мыслить, развивает творчество, профессиональные умения или творчески развитой личности, системы осознанных знаний, ответственности за выполнение учебно-производственных заданий и т.д.

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час.
Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	12
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) в том числе в форме практической подготовки:	4 2 часов практ.подг.
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) в том числе в форме практической подготовки:	8 6 часов практ.подг.
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа, включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	128
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет с оценкой	4

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1 Роль маркетинга в инновационном развитии общества	1	-	1	20
Тема 1.1 Сущность и функции маркетинга, его особенности в инновационной сфере.	1	-	1	10
Тема 1.2 Маркетинг партнерских отношений. Особенности развития российского маркетинга	-	-	-	10
Раздел 2 Развитие внешних и внутренних клиентурных отношений на рынке инновационного продукта	1	1	1	20
Тема 2.1 Организационные изменения взаимоотношений на рынке	1	-	-	10
Тема 2.2 Внутриорганизационный маркетинг Развитие внутренних клиентоориентированных отношений	-	1	1	10
Раздел 3 Организация деятельности маркетинговой службы на предприятии*	1*	1	1	20
Тема 3.1 Принципы формирования службы маркетинга.	1	-	-	10
Тема 3.2 Взаимодействие маркетологов и менеджеров по инновациям.	-	1	1	10
Раздел 4 Стратегический и тактический инновационный маркетинг	1	1	1	20
Тема 4.1 Регулярный стратегический маркетинг.	1	-	1	10
Тема 4.2 Санационный стратегический маркетинг	-	1	-	10
Раздел 5 Рыночные объекты маркетингового управления	-	-	-	20
Тема 5.1 Механизмы возникновения и развития потребностей	-	-	-	10
Тема 5.2 Возможности и ограниче-	-	-	-	10

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
ния в управлении потребностями.				
Раздел 6 Исследование и разработка целевого рынка*	-	1*	-	20
Тема 6.1 Анализ рыночных возможностей организации	-	1	-	10
Тема 6.2 Позиционирование товара	-	-	-	10
ИТОГО по дисциплине	4	4	4	128

* реализуется в форме практической подготовки

5 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	40
Подготовка к занятиям семинарского типа	40
Подготовка и оформление «РГР»	48
	128

6 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1) Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б.А. Соловьев; Институт эко-

номики и финансов "Синергия". - М.: ИНФРА-М, 2005. - 383 с. // ZNANIUM.COM :

электронно-библиотечная система. – Режим доступа:

<http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

2) Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг [Электронный ре-сурс]: учебник /В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. // ZNANIUM.COM

: электронно- библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

3) Тимофеев, М. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. посо-бие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: РИОР, 2006. - 223 с. // ZNANIUM.COM : элек- тронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

1) Баранчеев, В.П. Управление инновациями: учебник для бака-лавров / В. П.Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:Юрайт, 2013. - 711с. - (Бакалавр. Углублённый курс). чз-1экз аб-4экз

2) Крылова, Г.Д. Маркетинг: теория и практика: учебник для ву-зов / Г. Д.Крылова, М. И. Соколова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 656с. чз-1экз аб- 2экз метод.каб.ФКиСО-2экз

3) Маркетинг: учебник, практикум: учебно-методический ком-плекс по марке-тингу для вузов / Р. Б. Ноздрева, В. Ю. Гречков, Г. Д. Кры-лова, М. И. Соколова. М.: Юристь, 2003; 2000. - 567с. чз-1экз аб-10экз

4) Экономика инноваций: учебник для вузов / под ред. В.Я.Горфинкеля,

Т.Г.Попадюк. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: Ин-фра-М, 2013. -

336с. чз-1экз аб-4экз

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Изучение дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций » осуществляется в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студента. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, лабораторных и практических занятий. Разделы дисциплин следует изучать последовательно, начиная с первого. Каждый раздел, формирует необходимые условия для создания системного представления о предмете дисциплины.

Самостоятельная работа является наиболее продуктивной формой образовательной и познавательной деятельности студента в период обучения. СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. СРС включает следующие виды работ:

– работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и элек- тронных источников информации по индивидуальному заданию;

– опережающую самостоятельную работу;

– выполнение расчетно-графической работы;

– изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;

– подготовку к мероприятиям текущего контроля.

Студенту необходимо усвоить и запомнить основные термины, понятия и их определения, подходы, концепции и методики.

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- 1) Библиотека РФФИ <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
- 2) Научная электронная библиотека "КиберЛенинка" <https://cyberleninka.ru/>
- 3) [znanium.com](http://www.znanium.com): электронно-библиотечная система : сайт. – Москва, 2021 – ООО «Знаниум» – URL: <http://www.znanium.com> (дата обращения: 15.06.2021). – Ре-жим досту- па: для зарегистрир. пользователей.
- 4) [consultant.ru](http://www.consultant.ru): информационно-справочная система «Консультант плюс» : сайт. – Москва, 2021 – . – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.06.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
- 5) [iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru): электронно-библиотечная система : сайт. – Саратов, 2021 – ООО «Компания "Ай Пи Ар Медиа"» – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обраще- ния: 15.06.2021).
- 6) urait.ru/: образовательная платформа Юрайт: сайт. – Москва, 2021 – . – URL:<https://urait.ru/> (дата обращения: 01.06.2021). – Режим доступа: для за- реги- стрир. пользователей

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Официальный сайт OpenOffice <https://www.openoffice.org>

8.6 Лицензионное программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использова- ния по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании За основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный З предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан З.

Лекционный З должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления За и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам За.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

углубление и расширение теоретических знаний;

формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;

развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;

формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к важнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие

рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.

2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам

рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.

3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.

4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов,

объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы необходимо стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Контрольная работа выполняется по установленным темам с использованием практических материалов. К контрольной работе рекомендуется примерный перечень узловых вопросов, список необходимой литературы. Излагая вопросы темы, следует строго придерживаться плана. Работа не должна представлять пересказ отдельных глав учебника или

учебного пособия. Необходимо изложить собственные соображения по существу излагаемых вопросов, внести свои предложения. Общие положения должны быть подкреплены и пояснены конкретными примерами. Излагаемый материал при необходимости следует проиллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами. осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
207/3	Лаборатория ПЭВМ (медиа)	Персональные компьютеры (программирование), медиа
209/3	Лаборатория проектирования технологических нововведений	Персональные компьютеры (программирование), медиа

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук). Для занятий используется аудитория № 207, № 209 корпус 3, оснащенная оборудованием, указанным в табл. 6.

Самостоятельная работа.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- читальный зал НТБ КнАГУ;
- компьютерные классы (ауд. 214 корпус № 3).

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹

по дисциплине

«Методы и технологии продвижения инноваций»

Направление подготовки	<i>«Инноватика»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>«Управление инновационными проектами»</i>
Квалификация выпускника	<i>«Бакалавр»</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>«2019»</i>
Форма обучения	<i>«заочная»</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

3	5	Трудоемкость, з.е.
«3»	«5»	«5»

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Кафедра «УИПП»</i>

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по практике

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по практике		
	Перечень знаний	Перечень умений	Перечень навыков
Профессиональные			
ПК-4 Способностью анализировать проект (инновацию) как объект управления	З1(ПК-4-1) Знать: Отечественный и зарубежный опыт рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики	У1(ПК-4-1) Уметь: Выполнять оценку производственно технологического потенциала инновационной организации с использованием стандартных методик и алгоритмов	Н1(ПК-4-1) Владеть: Навыками обоснования количественных и качественных требований к производственным ресурсам, необходимым для решения поставленных профессиональных задач, оценивать рациональность их использования
	З2(ПК-4-1) Порядок определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, рационализаторских предложений и изобретений	У2(ПК-4-1) Разрабатывать организационно техническую и организационно-экономическую документацию	Н2(ПК-4-1) Методами технико экономического анализа показателей работы организации и ее подразделений
ПК-6 Способностью организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда	З1(ПК-6-1) Передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, совершенствования организации, нор-	У1(ПК-6-1) Обосновывать количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимым для решения поставленных про-	Н1(ПК-6-1) Навыками работы по проектированию управленческих процессов инновационной деятельности, организации работы исполнителей, формирования системы мотивации и

	мирования и оплаты труда	фессиональных задач, оценивать рациональность их использования	нормирования труда
	32(ПК-6-1) Экономика и организация производства, технологические процессы и режимы производства	У2(ПК-6-1) Разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию	Н2(ПК-6-1) Навыками обеспечения участия работников структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов проектов

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Разделы 1-9	31(ПК-7-3); 32(ПК-5-1);	Тест	Полнота и правильность ответов на вопросы
	У1(ПК-7-3), У2(ПК-7-3) Н1(ПК-7-3), Н2(ПК-7-3)	Практические задания	Полнота и правильность выполнения задания
	У2(ПК-7-3), Н1(ПК-7-3), Н2(ПК-7-3)	Лабораторные работы	Полнота и правильность выполнения задания

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 семестр				
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</i>				
1	Лабораторная работа №1	в течение семестра	5 баллов	5 баллов – студент показал отличные навыки применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. 4 балла – студент показал хорошие навыки применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. 3 балла – студент показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. 2 балла – студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.
2	Лабораторная работа №2	в течение семестра	5 баллов	
3	Лабораторная работа №3	в течение семестра	5 баллов	
4	Лабораторная работа №4	в течение семестра	5 баллов	
5	Лабораторная работа №5	в течение семестра	5 баллов	
6	Задания на практическое занятие №6	в течение семестра	5 баллов	
7	Задания на практическое занятие №7	в течение семестра	5 баллов	
8	Задания на практическое занятие №8	в течение семестра	5 баллов	
9	Задания на практическое занятие №9	в течение семестра	5 баллов	
10	Задания на практическое занятие №10	в течение семестра	5 баллов	
11	Выполнение РГР	в течение семестра	5 баллов	
Промежуточный контроль			55 баллов	
ИТОГО			55 баллов	
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый, минимальный уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий, максимальный уровень)</p>				

Задания для текущего контроля

Тест

1 С какой точки зрения должен рассматривать товар или услугу маркетолог?

- А. С точки зрения себестоимости и компонентов.
- Б. С точки зрения свойств и получаемых выгод.
- В. С точки зрения покупателя.
- Г. С точки зрения объема продаж.

2 Каждый из приведенных факторов, если его не учесть, может привести к «провалу» товара на рынке. Но особенно один из них. Какой?

- А. Неверно выбран рынок для вывода на него товара.
- Б. Высокие расходы на производства пробной партии товара.
- В. Технические проблемы.
- Г. Неправильное позиционирование товара.
- Д. Сильная конкуренция.
- Е. Отсутствие сервиса.

3 В процессе разработки нового продукта проводится оценка его соответствия рыночным и производственным возможностям компании. На какой стадии это происходит?

- А. Стадия предварительной оценки.
- Б. Стадия анализа.
- В. Стадия разработки.
- Г. Стадия тестирования рынка.

4 Чем более привлекательна концепция новинки для потенциальных потребителей (во время опросов потребители отвечают, что замысел новинки им очень нравится), тем больше вероятность того, что она достигнет успеха.

- А. Верно.
- Б. Неверно.

5 Какая из перечисленных групп обладает следующими характеристиками: они являются лидерами мнений для других групп, узнают о новинках с помощью средств массовой информации, имеют высокое социальное положение.

- А. Суперноваторы.
- Б. Новаторы (рано одобряющие).
- В. Раннее большинство.
- Г. Позднее большинство.

6 Какова примерная пропорция между количеством новых товаров, терпящих коммерческий провал, и общим количеством новых товаров, запущенных на рынок.

- А. 60 : 100
- Б. 40 : 100
- В. 80 : 100

Г. 20 : 80

7 Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга — это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в товаре (услуге),
- в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем,
- г) все ответы верны,
- д) правильного ответа нет.

8 Тип маркетинга, реализуемый при негативном состоянии спроса:

- а) поддерживающий;
- б) конверсионный,
- в) развивающий;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

9 Демаркетинг целесообразно реализовывать при:

- а) отсутствии спроса;
- б) чрезмерном состоянии спроса;
- в) негативном состоянии спроса;
- г) все ответы верны,
- д) правильного ответа нет.

10 Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж производимого товара (услуги) характерна для:

- а) стратегии современного маркетинга;
- б) интенсификации коммерческих усилий;
- в) стратегии совершенствования производства;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

11 Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции:

- а) совершенствования производства;
- б) современного маркетинга;
- в) совершенствования товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие 1. Развитие концептуальных форм маркетинга и усиление инновационной ориентации производства.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «производственная концепция маркетинга», «товарная концепция маркетинга», «сбытовая концепция маркетинга», «концепция традиционного маркетинга», «социомаркетинговая концепция».

Практическое занятие 2. Схемы управления организацией, ориентирующейся на маркетинг.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «совершенствование функционального управления», «схема организации работы предприятия, ориентирующегося на производство», «схема организации работы предприятия, ориентирующегося на сбыт», «схема организации работы предприятия, ориентирующегося на маркетинг», «организационная пирамида»

Практическое занятие 3. Инновационные изменения в управлении маркетингом на предприятии.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «понятия «управление маркетингом» и «управление службой маркетинга», «двойственность маркетинга как социального процесса», «операционный и стратегический маркетинг»

Практическое занятие 4. Процесс формирования потребностей.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «виды возникающих потребностей и их насущность», «потребительские ценности клиента», «конкретные формы потребностей», «иерархия потребностей Маслоу», «предпочтение аддитивных полезных атрибутов товара», «факторы динамизации развития потребностей»

Практическое занятие 5. Сегментация и емкость рынка.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «критерии сегментации», «комбинация факторов», «многофакторная модель сегментирования рынка потребителей на примерах»

Практическое занятие 6. Выбор стратегии выхода компании на рынок и метода охвата рынка.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «Товарно – массовый маркетинг», «Концентрированный маркетинг», «Дифференцированный маркетинг», «различия стратегии выхода на рынок и методы охвата рынка», «ключевые факторы при выборе стратегии охвата рынка»

Практическое занятие 7. Цели и методика латерального маркетинга.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «методика латерального маркетинга», «методы создания разрыва для каждого уровня: рынка, товара, комплекса маркетинга»

Практическое занятие 8. Типы продуктовых инноваций в комплексе маркетинга.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «Новации, основанные на модуляциях», «Новинки, основанные на масштабе», «Новинки, основанные

на упаковке», «Новинки, основанные на создании дополнений», «Новинки, основанные на снижении усилий»

Практическое занятие 9. Разработка стратегии маркетинга в проекте.

Проведение интерактивной лекции, где лекторами являются сами студенты. Выступление с презентациями на темы: «разработка стратегии маркетинга», «формирование концепции маркетинга», «программа маркетинга проекта», «бюджет маркетинга проекта»

Вопросы для защиты лабораторных работ

Лабораторная работа 1

- 1) Почему макросреда оказывает большее влияние на деятельность фирмы, чем микросреда?
- 2) Объясните зависимость влияния отдельного фактора на конкретный вид бизнеса.
- 3) Чем обусловлена способность фирмы избежать влияния отдельного фактора?

Лабораторная работа 2

- 1) Что иллюстрирует закон спроса?
- 2) Перечислите факторы, влияющие на величину спроса на товар.
- 3) Как определить максимальную полезность сочетания товаров для потребителя, исходя из его возможностей?

Лабораторная работа 3

- 1) Дайте определение конкурентоспособности товара.
- 2) Как определяется показатель конкурентоспособности товара?
- 3) Какие сложности возникают при анализе конкурентоспособности нового товара?

Лабораторная работа 4

- 1) Что такое инновационный маркетинг, и в чем его отличие от традиционного?
- 2) Перечислите, какие мероприятия включает в себя комплекс инновационного маркетинга.
- 3) Объясните, зачем строятся многоугольники конкурентоспособности?

Лабораторная работа 5

- 1) Зачем рассчитывается ёмкость рынка?
- 2) Как оценить ёмкость рынка для нового товара?
- 3) Какие факторы оказывают существенное влияние на емкость рынка нового товара?

Лабораторная работа 6

- 1) Объясните назначение матрицы БКГ.

2) Чем характеризуется оптимальный набор «продуктового портфеля» предприятия?

3) Какое положение с большей вероятностью займет инновация в матрице БКГ и почему?

Лабораторная работа 7

1) Дайте определение жизненному циклу инновации.

2) Дайте характеристику каждой стадии жизненного цикла инновации.

3) Как определить на какой стадии жизненного цикла находится товар?

Лабораторная работа 8

1) Дайте определение рыночной ниши.

2) Что такое атрибут товара?

3) Что такое позиционирование продукта, и какими способами можно его осуществить?

Лабораторная работа 9

1) Перечислите существующие методы прогнозирования объема продаж компании.

2) Какие особенности необходимо учитывать при прогнозе объема продаж товаров с сезонным характером?

3) Как повысить надежность прогноза?

Лабораторная работа 10

1) Какой подход ценообразования следует использовать при разработке нового продукта?

2) Перечислите существующие методы ценообразования.

3) Какую роль играет оценка потребительских предпочтений в стратегии ценообразования нового продукта?

Лабораторная работа 11

1) Зачем необходимо производить оценку доли рынка?

2) Дайте определение потребительской лояльности.

3) Какие вы знаете методы повышения лояльности потребителей к товарной марке организации?

РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКАЯ РАБОТА

Каждому студенту необходимо выполнить маркетинговое исследование инноваций на рынке (по вариантам). Цель исследования: является изучение текущей ситуации на рынке, определение основных качественных и количественных характеристик рынка.

Задачи исследования:

- Охарактеризовать выбранный рынок

- Изучить общеэкономические показатели, влияющие на рынок
- Сегментировать продукцию по основным наименованиям
- Определить объем и емкость рынка в натуральном и денежном выражении
- Обозначить основных производителей, дистрибьюторов и розничных продавцов
- Описать основные принципы конкуренции, сравнить основных участников рынка по этим параметрам
- Выявить основные сегменты потребителей
- Обозначить проблемы развития компании на данном рынке

Таблица 7 – Варианты заданий РГР

Номер варианта	Наименование рынка
1	Рынок бытовых услуг
2	Рынок электроники
3	Товары для спорта
4	Рынок парфюмерии и косметологии
5	Рынок продуктов питания
6	Рынок средств связи
7	Рынок образовательных услуг
8	Рынок текстильных товаров
9	Рынок фармакологии
10	Рынок кормов для животных

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1 Основная литература

1) Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б.А. Соловьев; Институт экономики и финансов "Синергия". - М.: ИНФРА-М, 2005. - 383 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

2) Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

3) Тимофеев, М. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: РИОР, 2006. - 223 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?>, ограниченный. - Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

- 1) Баранчеев, В.П. Управление инновациями: учебник для бакалавров / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2013. - 711с. - (Бакалавр. Углублённый курс). чз-1экз аб-4экз
- 2) Крылова, Г.Д. Маркетинг: теория и практика: учебник для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 656с. чз-1экз аб-2экз метод.каб.ФКиСО-2экз
- 3) Маркетинг: учебник, практикум: учебно-методический комплекс по маркетингу для вузов / Р. Б. Ноздрева, В. Ю. Гречков, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. - М.: Юристъ, 2003; 2000. - 567с. чз-1экз аб-10экз
- 4) Экономика инноваций: учебник для вузов / под ред. В.Я.Горфинкеля, Т.Г.Попадюк. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 336с. чз-1экз аб-4экз

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1) Библиотека РФФИ <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
- 2) Научная электронная библиотека "КиберЛенинка" <https://cyberleninka.ru/>
- 3) Единое окно доступа к информационным ресурсам <http://window.edu.ru/>

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины «Методы и технологии продвижения инноваций» осуществляется в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студента. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, лабораторных и практических занятий. Разделы дисциплин следует изучать последовательно, начиная с первого. Каждый раздел, формирует необходимые условия для создания системного представления о предмете дисциплины.

Самостоятельная работа является наиболее продуктивной формой образовательной и познавательной деятельности студента в период обучения. СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. СРС включает следующие виды работ:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальному заданию;
- опережающую самостоятельную работу;
- выполнение расчетно-графической работы;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовку к мероприятиям текущего контроля.

Студенту необходимо усвоить и запомнить основные термины, понятия

и их определения, подходы, концепции и методики.

Итоговый рейтинг определяется суммированием баллов по результатам текущего контроля. Максимальный итоговый рейтинг – 100 баллов. Оценке «отлично» соответствует 85 - 100 баллов; «хорошо» – 75 - 84; «удовлетворительно» – 65 - 74; менее 64 – «неудовлетворительно» (смотри таблицу 6).

Расчетно-графическая работа

РГР ориентировано на формирование и развитие у обучающихся умений и навыков проектирования и представления результатов их проектной деятельности с учетом и использованием действующих нормативных и методических документов университета.

В ходе выполнения РГР студенты закрепляют теоретические знания, полученные при изучении дисциплины. Студенты учатся принимать обоснованные решения путем сравнения вариантов, логических суждений, рассмотрения основных теоретических положений; умению кратко и точно излагать ход анализа.

При выполнении РГР студенты глубже изучают основную и специальную литературу, учатся работать с Internet ресурсами.

Содержание РГР

РГР состоит из пояснительной записки. Пояснительная записка должна содержать: введение, основную часть (этапы анализа со всеми пояснениями), заключение и список использованных источников. Основную часть можно разбить на разделы и подразделы, название которых должно соответствовать их основному содержанию.

Пояснительную записку представляют к защите в сброшюрованном виде. Примерный объем пояснительной записки 20-25 с.

Выполненная пояснительная записка должна удовлетворять нормативным документам университета, с которыми можно ознакомиться в отделе стандартизации или на сайте университета. Отступления от указанных требований могут служить основанием для возврата РГР на исправление.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины «*Методы и технологии продвижения инноваций*» основывается на активном использовании редактора электронных таблиц Microsoft Office Excel и Презентаций Microsoft PowerPoint в процессе выполнения лабораторных работ и подготовки РГР.

С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <https://student.knastu.ru>. Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения практических заданий.

10 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации программы дисциплины «*Методы и технологии продвижения инноваций*» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
207/3	Лаборатория ПЭВМ (медиа)	Интерактивная доска	Практические занятия, лекции, презентации докладов, выполнение и защита РГР.
		Персональные компьютеры	
		Программные продукты Редактор электронных таблиц Система компьютерной алгебры из класса систем автоматизированного проектирования	