

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 30 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.1 <i>(Индекс дисциплины)</i>	Маркетинг инноваций <i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 55 <i>Код</i>	Экономики и финансов <i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки:	«Маркетинг»
Уровень образования:	Бакалавриат

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144	144
	Аудиторные занятия	68	16
	Лекции	34	8
	Лабораторные занятия	-	-
	Практические занятия	34	8
	Самостоятельная работа	40	119
	Промежуточная аттестация	36	9
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7	9
	Зачет	-	-
	Контрольная работа	-	9
	Курсовой проект (работа)	-	-
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		4	4

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							4					
Заочная								0,5	3,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 1/1/676, 1/3/678

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ маркетинга инновационного продукта, а также выработать умения и навыки, необходимые для успешного управления разработкой, выводом и продвижением инноваций на рынке.

1.3. Задачи дисциплины

Изучить процесс восприятия инноваций на рынке.

Рассмотреть особенности поведения потребителей в отношении новых товаров, услуг и технологий.

Раскрыть принципы применения маркетинга инноваций в системе управления предприятием.

Продемонстрировать особенности разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие, продвижение и внедрение инноваций на рынок.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ОК-6	Способностью к самоорганизации и самообразованию.	Второй этап
Планируемые результаты обучения Знать: 1) сущность и особенности планирования и финансирования инноваций; 2) основные задачи и принципы организации процесса планирования и финансирования инноваций Уметь: 1) организовать процесс планирования и финансирования инноваций на предприятии; Владеть: 1) навыками использования методов оценки эффективности планирования и финансирования инноваций.		
ПК-6	Способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Второй этап
Планируемые результаты обучения Знать: 1) особенности потребительского поведения в отношении инноваций; 2) современные понятия, принципы, процесс управления инновациями Уметь: 1) Организовать процесс создания и продвижения продуктовых и технологических инноваций Владеть: 1) Навыками управления разработки и продвижения новых товаров и технологий		
ПК-8	Владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.	Второй этап
Планируемые результаты обучения Знать: 1) Особенности документального оформления инновационного проекта;		

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
2) правила государственной регистрации объектов интеллектуальной собственности		
Уметь:		
1) Сформулировать содержание инновационного проекта, наименование его этапов,		
2) сроки их выполнения, стоимость, результат и вид отчетности.		
Владеть:		
1) Навыками составления календарного плана на выполнение научно-исследовательской работы по инновационному проекту.		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Методы принятия управленческих решений (ОК-6);
- Теория организации (ПК-6);
- Инноватика (ПК-6, ПК-8);
- Организационно-управленческая культура (ПК-6, ПК-8);
- Организационное поведение (ПК-8)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Основы маркетинга инноваций		
Тема 1.Содержание и сущность маркетинга инноваций. Сущность, задачи, цели дисциплины. Предмет и метод изучения дисциплины. Место дисциплины в системе подготовки бакалавров. Отличительные черты инновационного маркетинга. Функции инновационного маркетинга.	6	8
Тема 2. Инновации и их место в деятельности предприятия. Понятие инноваций. Классификация инноваций Теория экономического развития И. Шумпетра. Отличие инноваций от инвестиций, изобретений, творчества. Содержание и сущность инновационной деятельности предприятия. Инновационность как фактор конкурентоспособности предприятия.	6	8
Тема 3. Инновационный процесс. Понятие жизненного цикла инноваций. Понятие инновационного процесса и его значение при создании новых рынков, товаров, технологий и услуг. Стадии инновационного процесса: фундаментальные исследования. прикладные исследования, опытно конструкторский работы, освоение промышленного производства, процесс промышленного производства и внедрение нового продукта на рынок. Жизненный цикл инноваций.	6	10
Тема 4. Организационные структуры инновационной деятельности. Роль государства и частного капитала в инновационном процессе. Понятие организации инновационной деятельности. Формы организации инновационной деятельности: последовательная, параллельная и интегральная. Роль государства и частного капитала в инновационном процессе.	5	7
Текущий контроль 1 (тестирование)	2	-
Учебный модуль 2. Маркетинговый комплекс инновационных товаров.		
Тема 5. Понятие нового товара. Основные этапы создания и вывода нового товара на рынок. Понятие товара новинки. Категории новых товаров. Методы создания новых товаров, их преимущества и недостатки.	6	8

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Технология управления ЖЦТ: модификация, модернизация, репозиционирование. Основные этапы создания и вывода на рынок нового товара. Тестирование рынка инноваций. Причины провала новой продукции.		
Тема 6. Марка и товарный знак. Роль товарного знака в продвижении инноваций. Этапы и методы разработки товарного знака. Мероприятия по маркетингу товарного знака. Закон РФ « О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров.	6	8
Тема 7. Ценообразование на новую продукцию. Методы ценообразования на инновационные товары. Особенности ценообразования на наукоемкую и научно-техническую продукцию. Стратегии ценообразования на новую продукцию. Ценовая политика предприятия по товарам новинкам.	10	14
Тема 8.Формирование сбытовой системы для инновационной продукции. Методы прогнозирования сбыта новой продукции. Прогноз по конечному потреблению. Варианты построения каналов сбыта новой продукции. Производитель – потребитель. Производитель - дистрибьютор – потребитель.	7	8
Тема 9. Продвижение инноваций. Особенности продвижения инновационных товаров на рынок. Реклама и стимулирование сбыта новых товаров. Формирование рекламного бюджета инновационных товаров инноваций. Особенности управления распространением инноваций. Интернет-маркетинг.	10	14
Текущий контроль 2 (тестирование)	2	-
Учебный модуль 3. Особенности документального оформления инновационного проекта.		
Тема 10. Разработка и обоснование инновационного проекта. Выбор и обоснование объекта исследования при разработке инновационного проекта. Конкретизация инновации. Результат проекта: экономический и социальный эффект.	6	8
Тема 11. Определение этапов проведения работ по разработке инновации. Согласование план проекта с потребностями и возможностями инвестора. Разработка и детализации плана. Ключевые параметры контроля исполнения проекта. Составление сметы затрат по этапам и сметы совокупных затрат. Составление краткой аннотации проекта и календарного плана работ и их документальное оформление.	10	12
Тема 12. Патентование инноваций Законодательная защита инновационной и интеллектуальной собственности Сущность патентования как важной части коммерциализации научно-технических разработок. Описание видов патентов, процедура и сроки патентования. Оформление заявки, получение патента.	6	8
Текущий контроль 3 (проверочная работа)	2	-
Учебный модуль 4. Планирование и организация инновационной деятельности.		
Тема 13. Бизнес - планирование инноваций. Планирование инноваций и взаимодействие их с внешней средой.	6	8

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Разработка бизнес-плана инноваций.		
Тема 14. Финансирование и оценка эффективности инноваций. Финансирование инновационной деятельности. Государственная поддержка инновационной деятельности в России. Методы оценки эффективности инноваций	10	10
Текущий контроль 4 (проверочная работа)	2	-
Текущий контроль 1-4 (контрольная работа)	-	4
Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)	36	9
ВСЕГО:	144	144

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	2	8	1
2	7	2	8	0.5
3	7	2	8	1
4	7	2	8	-
5	7	2	8	0.5
6	7	2	8	0.5
7	7	4	9	0.5
8	7	2	9	-
9	7	4	9	1
10	7	2	9	0.5
11	7	2	9	1
12	7	2	9	-
13	7	2	9	0.5
14	7	4	9	1
ВСЕГО:		34		8

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Тема 1. Задачи и специфика маркетинга в инновационной сфере. (семинар)	7	1	9	0.5
2	Тема 2. Содержание и сущность инновационной деятельности предприятия (семинар)	7	2	9	0.5
3	Тема 3. Виды и стадии инновационного процесса. (практическое занятие)	7	2	9	0.5
4	Тема 4. Формирование инновационных подразделений. Государственная поддержка инновационной	7	0.5	9	0.5

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	деятельности. (семинар)				
5	Тема 5. Процесс разработки нового товара. (практическое занятие)	7	2	9	0.5
6	Тема 6. Марка и товарный знак (практическое занятие)	7	2	9	0.5
7	Тема 7. Установление цены на инновационные товары Ценовые стратегии на рынке инноваций. (практическое занятие)	7	4	9	0.5
8	Тема 8. Построение каналов сбыта новой продукции (практическое занятие)	7	2	9	0.5
9	Тема 9. Применение основных методов и приемов продвижения инноваций на рынок. (практическое занятие)	7	4	9	1
10	Тема 10. Разработка и обоснование инновационного проекта (практическое занятие)	7	2	9	0.5
11	Тема 11. Планирование и составление сметы инновационного проекта (практическое занятие)	7	4	9	0.5
12	Тема 12. Особенности патентования инновационных проектов. (семинар)	7	2	9	0.5
13	Тема 13. Разработка бизнес – планов инноваций (практическое занятие)	7	2.5	9	0.5
14	Тема 14. Оценка эффективности инноваций (практическое занятие)	7	4	9	0.5
ВСЕГО:			34		8

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Тестирование	7	1		
2	Тестирование	7	1		
3	Проверочная работа	7	1		
4	Проверочная работа	7	1		

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1-4	Контрольная работа	7	-	9	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	18	8 9	14 95
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	7	22	9	6
Выполнение домашних заданий	7	-	9	4
Выполнение курсовых работ	7	-	9	-
Подготовка к экзаменам	7	36	9	9
ВСЕГО:		76		128

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)	
		очное обучение	заочное обучение
Лекции	Проблемная лекция, лекция – диалог, разбор конкретных ситуаций	6	4
Практические и семинарские занятия	Дискуссии, семинары, поиск вариантов решения проблемных ситуаций	10	6
Лабораторные занятия	Не предусмотрены	-	-
ВСЕГО:		16	10

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических (семинарских) занятий	30	<ul style="list-style-type: none"> 2 балла за посещение каждого занятия (всего 34 занятия), максимум 68 баллов 4 баллов за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования (всего 8 вопросов в опроснике, один опрос в семестр),

			максимум 32 балла
2	Прохождение промежуточного контроля	30	<ul style="list-style-type: none"> 3 балла за каждый правильный ответ теста (всего 2 теста), первый и второй тесты содержат 10 вопросов, максимум 60 баллов. 10 баллов за каждый правильный теоретический ответ (всего 2 проверочные работы), каждая работа содержит два теоретических вопроса, максимум 40 баллов. Всего две проверочные работы в семестре, максимум 100 баллов.
3	Сдача экзамена	40	<ul style="list-style-type: none"> Ответ на теоретический вопрос (полнота владения терминологией, затраченное время) – до 30 баллов за вопрос (всего 2 вопроса) – максимум 60 баллов Решение практической задачи – до 40 баллов за каждую (всего 1 задача), максимум 40 баллов
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60		
40 – 50	3 (удовлетворительно)	не зачтено
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Инвестиции и инновации [Электронный ресурс] : учебник / С.А. Анохин [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2017. — 658 с. — 978-5-394-02781-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70841.html>
2. Сабетова Т.В. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.В. Сабетова, Л.В. Брянцева, А.Г. Волкова. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. — 204 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72671.html>
3. Управление инновациями [Электронный ресурс]: монография / В.Г. Анисимов [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российская таможенная академия, 2017. — 454 с. — 978-5-9590-0921-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69829.html>

б) дополнительная учебная литература

1. Баранов В.В. Инновационное развитие России [Электронный ресурс] : возможности и перспективы / В.В. Баранов, И.В. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 352 с. — 978-5-9614-1759-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68012.html>
2. Данилина Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов, Я.И. Маликова. — Электрон.

текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 208 с. — 978-5-394-02527-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62441.html>

3. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / К.В. Балдин [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 383 с. — 978-5-394-01454-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60409.html>
4. Управление инновациями [Электронный ресурс] : монография / В.Г. Анисимов [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российская таможенная академия, 2017. — 454 с. — 978-5-9590-0921-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69829.html>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Куликова О. М., Неуструева А. С. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 23 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2317, по паролю.
2. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. — Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.
3. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. — СПб.: СПГУТД, 2014. — 26 с. — Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральная служба государственной статистики (Электронный ресурс). URL: <http://www.gks.ru>
2. Рейтинг РБК (Электронный ресурс) URL: <http://www.rating.rbc.ru>
3. Журнал «Инновации» (Электронный ресурс) URL: <http://maginnov.ru>

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

1. Office 2016,
2. Microsoft Windows 10.

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

1. Стандартно оборудованная аудитория
2. Переносное мультимедийное оборудование
3. Персональные компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Раздаточный материал «Основные формы реализации инновационных проектов».
2. Раздаточный материал «Примеры инновационной рекламы».

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Теоретические аспекты дисциплины изучаются на лекционных занятиях. На лекциях рассматривается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием курса; • фиксирование основных положений, выводов и формулировок в конспектах лекций. • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо</p>

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.
Практические занятия	<p>На практических занятиях поясняются теоретические аспекты курса, студенты работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • подготовка ответов к контрольным вопросам, тестовым заданиям; • просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом; • решение задач по алгоритму, решение кейсов.
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студента предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; выполнение контрольной работы; а также подготовки к текущему контролю.</p> <p>При подготовке к экзамену студент должен ознакомиться с перечнем вопросов к курсу, изучить конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции /этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ОК-6/второй этап	Описывает и объясняет методику планирования и финансирования инноваций	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к зачету (42 вопроса)
	Анализирует и разрабатывает предложения по эффективному планированию и финансированию инноваций	Практическое типовое задание	Практическое типовое задание (5 задания)
	Рассчитывает основные показатели эффективности планирования и финансирования инноваций.	Практическое типовое задание	Практическое типовое задание (3 заданий)
ПК-6/второй этап	Характеризует основные принципы и механизмы внедрения и продвижения технологических и продуктовых инноваций на рынке.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к зачету (42 вопроса)
	Анализирует возможности создания ценностей для потребителя с учетом особенностей жизненного цикла продукта, технологий и ключевых направлений деятельности компаний; сегментирует и позиционирует новшество на рынке.	Кейсы	Кейсы (3 задания)

	Обосновывает выводы и рекомендации по созданию продуктовых и технологических инноваций; применяет основные маркетинговые стратегии и методы маркетинговых коммуникаций для продвижения и внедрения инноваций на рынке	Практическое задание	Практическое типовое задание (7 заданий)
ПК-8/второй этап	Характеризует специфику документального оформления отдельных этапов инновационного проекта. Описывает виды патентов, процедуру и сроки патентования.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к экзамену (42 вопроса)
	Составляет краткую аннотацию и техническое задание инновационного проекта	Практическое типовое задание	Практическое типовое задание (3 задания)
	Обосновывает предложенные рекомендации по предоставлению сводной сметы затрат на проведение работ по инновационному проекту.	Практическое типовое задание	Практическое типовое задание (3 задания)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ те мы
1	Понятие маркетинга инноваций, его роль и место в современной экономической инфраструктуре.	1
2	Понятие инноваций. Основные отличия инноваций от инвестиций, изобретений, творчества	1
3	Классификация инноваций	2
4	Теория экономического развития» И. Шумпетра	2
5	Содержание и сущность инновационной деятельности предприятия	3
6	Инновационность как фактор конкурентоспособности предприятия	3
7	Инновационные стратегии: понятие и виды.	3
8	Понятие и основные стадии инновационного процесса.	3
9	Жизненный цикл инноваций	3
10	Роль государства и частного капитала в инновационном процессе	4
11	Понятие нового товара. Методы создания новых товаров, их преимущества и недостатки	5
12	Категории новых товаров. Технология управления ЖЦТ: модификация, модернизация репозиционирование	5
13	Основные этапы создания и вывода на рынок нового товара.	5
14	Рыночное тестирование инновационных товаров.	5
15	Роль товарного знака в продвижении инноваций. Этапы разработки товарного знака.	6
16	Мероприятия по маркетингу товарного знака	6
17	Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана	6
18	Методы ценообразования на инновационные товары	7
19	Параметрические методы ценообразования	7
20	Факторы, влияющие на цену инновационного продукта.	7
21	Стратегии ценообразования для новых товаров	7
22	Особенности ценообразования на подлинные новинки.	7
23	Особенности ценообразования на товары – субституты.	7
24	Особенности ценообразования на наукоемкую и научно-техническую продукцию	7
25	Ценовая политика предприятия по товарам новинка	7
26	Формирование сбытовой системы для инновационной продукции	8
27	Варианты построения каналов сбыта новой продукции	8
28	Особенности продвижения инновационных товаров на рынок	9
29	Особенности рекламы инновационных товаров	9
30	Разработка рекламы для новых товаров	9
31	Выбор оптимального канала распространения рекламы по новому товару	9
32	Формирование рекламного бюджета инновационных товаров	9
33	Разработка и обоснование инновационного проекта	10
34	Организационные формы реализации инновационных проектов	10
35	Определение этапов проведения работ по разработке инновации	11
36	Законодательная защита инновационной и интеллектуальной собственности	12
37	Описание видов патентов, процедура и сроки патентования.	12
38	Оформление заявки, получение патента.	12
39	Бизнес-планирование инноваций	13
40	Финансирование инновационной деятельности	14
41	Методы оценки эффективности инноваций	14
42	Критерии оценки эффективности инноваций	14

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1.	<p>Тема 1. Содержание и сущность маркетинга инноваций. (Кейс) <i>В ноябре 2015 г. крупный российский продавец компьютерного оборудования ГК “Олди” начала продажи компьютерной “клавиатуры для блондинок”. Устройство выпустили маленькой партией в 1000 штук как сувенир, превратив в реальность растиражированную в интернете картинку-анекдот – розовую русскоязычную клавиатуру с клавишами “Ненужная кнопка”, “Ваще не понимаю”, “Самая длинная клавиша” и т. д. Но продукт вызвал ажиотаж у покупателей. Хотя компания не ждала прибыли от шуточного проекта, все затраты на разработку и производство клавиатуры в Китае уже окупились и, возможно, ее успех повлечет расширение сувенирной линейки в ассортименте компании.</i> Вопросы и задания. 1. Какие общие ошибки допустили компании при проектировании и выводе на рынок новых продуктов? 2. Какой механизм продуцирования идей новых продуктов вы можете предложить?</p>	<p>1. Ошибки, допущенные компанией при проектировании и выводе на рынок новых продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Не учтен уровень информированности потребителя о проблеме ● Недостаток бюджета на информирование и воспитание потребителя товара <p>2. Механизм продуцирования идей новых товаров:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Наблюдение за модными тенденциями, существующими в жизни потребителя ● Свободные глубинные интервью с наиболее типичными представителями покупателей
2	<p>Тема 2. Инновации и их место в деятельности предприятия <i>На реализацию внедрения инновационного продукта предприятие планировало израсходовать 100 тыс. руб., а фактически израсходовано 91 тыс. руб. Планируемая себестоимость производства и реализации продукции должна была составить 21 тыс. руб., фактически составила 23,8 тыс. руб. Определите показатели производственного ресурсосбережения расхода инвестиционных средств..</i></p>	<p>Показатель расхода инвестиционных средств= 113,3%</p>
3	<p>Тема 3. Инновационный процесс. Понятие жизненного цикла инноваций. <i>Затраты на НИОКР в предыдущем периоде в ОАО «МенСтрой» составляли 3,4 млн. руб. Принимая данную цифру за базу для формирования нового бюджета, определите сумму расходов на НИОКР, если инфляция прогнозируется в размере 12% в год, а в будущем периоде планируется закупка нового оборудования в размере 380 тыс. руб.</i></p>	<p>Сумму расходов на НИОКР на будущий год необходимо запланировать в размере 4188 тыс. руб.</p>
4	<p>Тема 5. Понятие нового товара. Основные этапы создания и вывода нового товара на рынок. (Кейс) <i>Магазины потребительских товаров японской компании Seven Eleven можно найти во всем мире. Seven Eleven состоит из магазинов, продающих все виды товаров ежедневного потребления: продукты, напитки, медикаменты — 24 часа в сутки без перерыва. В Японии их около 7 тысяч. В конце 1990-х годов компания обратила внимание на развитие электронной торговли и идентифицировала ее как потенциальную</i></p>	<p>А) Успехом нового продукта стало:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Товар можно оплачивать в любом наиболее удобном магазине ● Интернет покупки стали

	<p>угрозу своему бизнесу. У руководства возникла новая идея. Вместо борьбы с электронной торговлей они решили сотрудничать с ней.</p> <p>Магазины Seven Eleven стали базовыми для оформления, получения и оплаты заказов на товары, покупаемые с помощью Интернета. Где бы вы ни сделали онлайн-заказ, вы могли получить и оплатить его в одном из магазинов Seven Eleven. Таким образом, компания извлекла прибыль из своего исключительного расположения на территории Японии. А потребители могут делать интернет покупки дешевле, без оплаты их доставки на дом. Они сами забирают заказанные товары в магазинах Seven Eleven в любое время дня и ночи.</p> <p>Вопросы и задания.</p> <p>А) Что стало основой успеха нового продукта? Что конкретно было изменено?</p> <p>Б) Кто является целевым сегментом нового продукта?</p>	<p><i>дешевле</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Не надо платить за доставку</i> • <i>В любое время дня и ночи они могут забрать товар в любом удобном магазине</i> <p><i>Изменено было то что они стали сотрудничать с электронной торговлей.</i></p> <p><i>Б) Целевым сегментом нового продукта являются онлайн заказы</i></p>
5	<p>Тема 7 . Ценообразование на новую продукцию. <i>Фирма планирует выпуск нового электродвигателя мощностью 50 кВт. Рассчитайте удельную цену базового электродвигателя, при рыночной цене базисного электродвигателя 100 тыс. руб. и мощности 10 кВт.</i></p>	<p><i>Цена нового электродвигателя – 500 тыс. руб.</i></p>

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций
 Не предусмотрено

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения (экзамена)

Во время проведения экзамена, у обучающихся отсутствует возможность пользоваться справочниками, словарями и иными учебными материалами. На подготовку ответа выделяется 45 минут. Оценка выставляется по результатам подготовки по билету и результатам устного собеседования по основным вопросам пройденного курса.