

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.17** Маркетинг инноваций

Учебный план: 2024-2025 38.03.02 ИЭСТ Маркетинг ОО №1-1-107.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент  
(специальность)

Профиль подготовки: Маркетинг  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	17	17	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	3	
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Куликова О.М.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

\_\_\_\_\_

Никитина Людмила  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Никитина Людмила  
Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 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.

### 1.2 Задачи дисциплины:

1. Изучить процесс восприятия инноваций на рынке.
2. Рассмотреть особенности поведения потребителей в отношении новых товаров, услуг и технологий.
3. Раскрыть принципы применения маркетинга инноваций в системе управления предприятием.
4. Продемонстрировать особенности разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие, продвижение и внедрение инноваций на рынок

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Маркетинг

Бизнес-планирование

Эконометрика

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПК-9: Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей с учетом маркетинговой политики предприятия

**Знать:** Сущность, структуру и особенности бизнес-планирования инновационных проектов;  
Основные задачи и принципы организации процесса планирования инноваций;  
Понятие инновационного риска, методы его анализа и прогнозирования

**Уметь:** Организовать процесс планирования инноваций на предприятии; применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений, связанных с инвестированием инноваций

**Владеть:** Навыками применения различных методик бизнес-планирования инновационных проектов; методами оценки эффективности инвестирования инноваций

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Основы маркетинга инноваций	7					Э,Пр,К
Тема 1. Содержание и сущность маркетинга инноваций. Понятие, задачи, цели и функции маркетинга инноваций Отличительные черты маркетинга инноваций.		1		4	ИЛ	
Тема 2. 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-конструкторские работы, освоение промышленного производства, процесс промышленного производства и внедрение нового продукта на рынок. Жизненный цикл инноваций. Практическое занятие: "Жизненный цикл инноваций"		2	2	8		
Тема 3. Инновации и их место в деятельности предприятия. Понятие инноваций. Классификация инноваций Теория экономического развития И. Шумпетра. Отличие инноваций от инвестиций, изобретений, творчества. Практическое занятие: "Организационные структуры инновационной деятельности"		2	2	4		
Раздел 2. Маркетинговый комплекс инновационных товаров						
Тема 4. Понятие нового товара. Основные этапы создания и вывода нового товара на рынок. Понятие товара новинки. Категории новых товаров. Технология управления ЖЦТ: модификация, модернизация, репозиционирование. Основные этапы создания и вывода на рынок нового товара. Тестирование рынка инноваций. Причины провала новой продукции. Практическое занятие: "Выбор и обоснование объекта и предмета исследования при разработке инновационного проекта"		2	2	10	ИЛ	П,Т

<p>Тема 5. Ценообразование на новую продукцию. Методы ценообразования на инновации. Стратегии ценообразования на новую продукцию. Ценовая политика предприятия по товарам новинкам. Практическое занятие: "Установление цены на инновационные товары. Ценовые стратегии на рынке инноваций".</p>	2	2	10		
<p>Тема 6. Формирование сбытовой системы для инновационной продукции. Варианты построения каналов сбыта новой продукции. Производитель – потребитель. Производитель - дистрибьютор – потребитель. Практическое занятие: "Построение каналов сбыта новой продукции"</p>	2	2	10		
<p>Тема 7. Продвижение инноваций. Особенности продвижения инновационных товаров на рынок. Реклама и стимулирование сбыта новых товаров. Практическое занятие: "Применение основных методов и приемов продвижения инноваций на рынок".</p>	2	2	6	ГД	
<p>Раздел 3. Планирование и организация инновационной деятельности предприятия</p>					
<p>Тема 8. Бизнес - планирование инноваций. Понятия и виды инновационных стратегий. Бизнес планирование инноваций. Практическое занятие: "Основные разделы бизнес-плана инноваций"</p>	1	2	6	ИЛ	
<p>Тема 9. Формы организации инновационной деятельности по управлению инновационными проектам. Понятие и этапы организационной формы инновационных проектов. Последовательная, параллельная и интегральная формы управления инновационными проектами. Практическое занятие: "Выбор формы управления инновационными проектами".</p>	2	2	10		ДЗ,Т
<p>Тема 10. Патентование инноваций. Законодательная защита инновационной и интеллектуальной собственности. Описание видов патентов, процедура и сроки патентования. Оформление заявки, получение патента. Практическое занятие: "Описание видов патентов, процедура и сроки патентования".</p>	1	1	5,75		
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>	17	17	73,75		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)</p>	0,25				
<p><b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b></p>	34,25		73,75		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-9	Описывает основные принципы и механизмы внедрения и продвижения технологических и продуктовых инноваций на рынке, характеризует специфику документального оформления отдельных этапов инновационного проекта; называет основные разделы бизнес-плана.	Тестовые задания
	Составляет аннотацию и техническое задание инновационного проекта; анализирует и разрабатывает предложения по снижению рисков при финансировании инновационных и инвестировании проектов.	Практико-ориентированные задания
	Осуществляет поэтапную разработку бизнес-плана инновационного проекта; применяет навыки по предоставлению сводной сметы затрат на проведение работ по инновационному проекту и оценки эффективности инвестирования инноваций.	Практико-ориентированные задания

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено		Даны правильные ответы на 11 и более вопросов комплексного задания. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
Не зачтено		Даны правильные ответы менее чем на 11 вопросов комплексного задания. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
	Семестр 7
1	Не предусмотрено

## 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Какая стратегия не является инновационной?
  - а) защитная
  - б) наступательная
  - в) стратегии интенсивного роста
  
2. Каковы признаки изобретения?
  - а) адаптивность, целенаправленность, научно-техническая новизна
  - б) научно-техническая новизна, производственная применимость, адаптивность
  - в) научно-техническая новизна, производственная применимость, коммерческая реализуемость
  
3. Продлению жизненного цикла товара способствует:
  - а) расширение объёма продаж
  - б) разработка новых сфер применения и модификаций товара
  - в) развитие методов сбыта
  
4. В какой последовательности формируются стадии жизненного цикла инновации:
  - а) зарождение; трансферт; освоение
  - б) зарождение; освоение; диффузия; рутинизация
  - в) зарождение; трансферт; освоение; рутинизация
  
5. К показателям эффективности инноваций, основанным на учете дисконтирования относят:
  - а) коэффициент эффективности инвестиций
  - б) коэффициент сравнительной эффективности
  - в) индекс доходности
  
6. Какая самая распространенная ценовая стратегия среди производителей инновационного продукта
  - а) стратегия «снятия сливок»
  - б) стратегия проникновения на рынок
  - в) стратегия престижных цен
  
7. Принципиально новые технологии, виды продукции, методы управления – это ...
  - а) базовые (радикальные) инновации;
  - б) комбинаторные инновации
  - в) модифицирующие инновации

## 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

Определите целесообразно ли заниматься дальнейшей разработкой нового товара, если маркетинговое исследование показало следующие данные о распределении вероятностей совершения покупки этого товара:

1. определенно куплю – 15% покупателей
2. вероятно куплю – 45% покупателей
3. может быть куплю, а может и нет – 20% покупателей
4. вероятно не куплю – 12% покупателей
5. скорее всего не куплю – 8% покупателей (итого -100%).

Задание 2.

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

Задание 3.

Выпускаемое изделие стоило 18 тыс. руб. Для модернизации изделия к нему добавили ещё один узел, стоимость изготовления и монтажа которого составила 2 тыс. руб. Определите цену нового изделия, при рентабельности 15% к себестоимости изделия.

Задание 4.

В рассмотрении для инвестирования находится инновационный проект. Согласно ему инвестор должен вложить 10 тыс. у. е. Обещанный ему среднегодовой доход составляет 3 тыс. у. е. Найти срок окупаемости, выраженный в годах и месяцах.

Задание 5.

Затраты предприятия на НИОКР составляют 5 млн. руб. в год, а стоимость оборота – 200 млн руб. в год. Какова величина коэффициента инновационности (технологичности) предприятия?

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  + Компьютерное тестирование  + Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Комплексное задание состоит из 20 вопросов, включающих тестовые задания, практические и практико-ориентированные задания.

Время на подготовку ответов на вопросы комплексного задания на зачет – 45 мин.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Беликова, И. П., Запорожец, Д. В., Чернобай, Н. Б., Ивашова, В. А., Беликовой, И. П.	Инновационный менеджмент на предприятии	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/109378.html">http://www.iprbookshop.ru/109378.html</a>
Тропынина Н. Е., Куликова О. М.	Маркетинг инноваций	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202052">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202052</a>
Кошечева, Е. О., Шиколенко, Е. В., Федотова, М. А.	Маркетинг в инновационной сфере	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/115851.html">https://www.iprbookshop.ru/115851.html</a>
Левченко, Т. М., Лихтанская, О. И., Гончарова, Н. А.	Инновационный менеджмент	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/126672.html">https://www.iprbookshop.ru/126672.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Мещерякова, Т. С., Максимова, Д. А.	Инновационный менеджмент и управление инновационной деятельностью на региональном уровне	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95520.html">http://www.iprbookshop.ru/95520.html</a>
Шив, Ч. Д., Хайэм, А. У., Зуева, Б., Исаенко, А.	Курс МВА по маркетингу	Москва: Альпина Паблишер	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86900.html">http://www.iprbookshop.ru/86900.html</a>
Безуглая, Н. С.	Инновационный менеджмент	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75084.html">http://www.iprbookshop.ru/75084.html</a>
Сабетова, Т. В., Брянцева, Л. В., Волкова, А. Г.	Инновационный менеджмент	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72671.html">http://www.iprbookshop.ru/72671.html</a>
Каратаева, О. Г., Ивлева, Т. В., Кукушкина, Т. С., Манохина, А. А.	Бизнес-план предприятия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86503.html">http://www.iprbookshop.ru/86503.html</a>
Леонов С. А., Попов Ю. А.	Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202012">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202012</a>

Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Королева, В. П.	Интернет-маркетинг	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/90586.html">http://www.iprbookshop.ru/90586.html</a>
Короткий, С. В.	Инновационный менеджмент	Саратов: Вузовское образование	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72356.html">http://www.iprbookshop.ru/72356.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс].

URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска