

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01 Инновационный маркетинг

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.04.02.06 Маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

д-р экон. наук, Зав.кафедрой, Васильева З.А.; д-р экон. наук, Зав.
кафедрой, Филимоненко И.В.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Дисциплина «Инновационный маркетинг» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) программы магистерской подготовки 38.04.02.06 «Маркетинг» входит в часть Блока 1. «Дисциплины (модули)», формируемую участниками образовательных отношений.

Предметом изучения дисциплины является система теоретических знаний и практических навыков в области стратегического развития фирмы на основе постоянного обновления товарного ассортимента, выбора инновационных методов и инструментов продвижения инновационных товаров, формирования новых рынков сбыта и управления изменениями в организации.

Целями дисциплины являются:

сформировать у студентов комплексное представление об инновационном маркетинге как проектном управлении, в рамках которого процесс разработки, внедрения и продвижения инноваций рассматривается в качестве исследовательского проекта изменений: от разработки замысла (идеи) продукта или услуги до оценки критериев, пригодных для принятия управленческих решений стратегического развития фирмы, планирования ключевых показателей целевого развития организации (рыночных, экономических, социальных);

создать учебную атмосферу, дающую студентам возможность проявлять творческую инициативу при определении целей и методологических подходов, соответствующих контексту научной разработки в ходе реализации исследования и осуществлении контроля за достижением поставленных целей;

развить у студентов способности критического мышления, способствовать их умению критически изучать связи между теоретическими и прикладными вопросами маркетинговых исследований, овладеть знаниями и умениями в области проектирования, организации и проведения маркетинговых исследований;

укрепить уверенность студентов в собственном профессиональном опыте и знаниях, помогая им выявлять жизненные и личностные проблемы и демонстрировать свои умения.

1.2 Задачи изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающиеся приобретают знания, умения и навыки, необходимые для их профессиональной практико-ориентированной, научно-образовательной, исследовательской или производственно-технологической деятельности в качестве менеджера высшей квалификации, и готовы решать следующие профессиональные задачи:

в рамках предпринимательской деятельности:

формировать организационные структуры управления процессами инновационной деятельности, механизмы управления проектного управления и организации работы коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач по оценке рынков и продвижению инновационных продуктов (товаров, технологий);

в рамках информационно-аналитической деятельности:

осуществлять поиск, анализ, оценку информации для выбора стратегических альтернатив продвижения инновационных продуктов на новые рынки сбыта, проводить сравнительный анализ российского и зарубежного опыта лучших методов и технологий сбора и обработки информации для подготовки управленческих решений;

в рамках научно-исследовательской деятельности:

осуществлять выбор инструментария исследования, сбора, обработки и систематизации информации по оценке товарных рынков, потенциальной емкости рынков и элементам маркетинга продвижения инновационных продуктов.

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-4: Способен владеть технологиями разработки инноваций и использования инструментов цифрового маркетинга для их тестирования, продвижения и оценки рыночного потенциала	
ПК-4.1: Знать технологии цифрового маркетинга для разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг)	
ПК-4.2: Уметь оценивать рыночный и экономический потенциал инновации	
ПК-4.3: Владеть способами разработки проекта исследования и выбора перспективные методов и моделей маркетингового планирования инновационной продукции	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: Дисциплина реализуется в формате онлайн-обучения посредством ве-бинаров (MS Teams).

Для изучения дисциплины разработаны:

1) ЭОК «Инновационный маркетинг», URL: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=7007>;

2) электронное УМКД «Инновационный маркетинг»:

- Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие [лекционные занятия] / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: З. А. Васильева, И. В. Филимо-ненко. - Красноярск: СФУ, 2016;

- Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие [практические занятия] / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: З. А. Васильева, И. В. Филимо-ненко. - Красноярск: СФУ, 2016;

- Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие [самостоятельная работа] / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: З. А. Васильева, И. В. Филимо-ненко. - Красноярск: СФУ, 2016;

- Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие [курсовая работа] / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: З. А. Васильева, И. В. Филимо-ненко. - Красноярск: СФУ, 2016;

- Васильева З.А. Инновационный маркетинг: учеб.-метод. пособие для студентов вузов по спец. "Маркетинг" / З. А. Васильева, И. В. Филимо-ненко ; Сиб. федерал. ун-т, Ин-т управления бизнес-процессами и экономики. - Красноярск: СФУ, 2016. - 288 с..

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,89 (32)	
занятия лекционного типа	0,28 (10)	
практические занятия	0,61 (22)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2,11 (76)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Да	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Введение в инновационный маркетинг. Стратегии инновационного развития организации									
	1. Тема 1. Основы концепции инновационного маркетинга и виды инновационного развития	2							
	2. 1.1. Анализ ситуации «Российский рынок инноваций в современных условиях»			4					
	3. Самостоятельная работа для изучения теоретических материалов							6	
	4. Самостоятельная работа для выполнения курсового проекта							14	
2. Разработка концепции нового продукта/услуги									
	1. Тема 2. Концепция разработки нового продукта	1							
	2. Тема 3. Технологии поиска новых идей	1							
	3. Тема 4. Методы маркетинговых исследований при осуществлении поиска новых идей	0,5							
	4. Тема 5. Подходы к созданию инноваций	0,5							

5. Тема 6. Экономический анализ идеи продук-та/услуги	0,5							
6. Тема 7. Оценка рыночной адекватности товара	0,5							
7. 2.1. Выполнение практического задания «Определение инновационно-технологических про-дуктов для решения проблемы потребителя»			4					
8. Самостоятельная работа для изучения теоретических материалов							6	
9. Самостоятельная работа для выполнения курсового проекта							5	
3. Разработка стратегии продвижения новых продуктов/услуг на рынок								
1. Тема 8. Инструменты продвижения новых про-дуктов/услуг	1							
2. Тема 9. Стратегия создания и развития бренда	1							
3. 3.1. Анализ ситуации «Разработка и тестирова-ние концепции новой IT- услуги на рынке			4					
4. 3.2. Анализ ситуации «Разработка программы продвижения Интернет-продукта»			4					
5. Самостоятельная работа для изучения теоретических материалов							6	
6. Самостоятельная работа для выполнения курсового проекта							24	
4. Управление инновационным развитием организации								
1. Тема 10. Инструменты управления инновацион-ным развитием организации	1,5							
2. Тема 11. Управление инновационным развитием организации	0,5							

3. .1. Задание «Стратегическое позиционирование развития организации на товарных рынках на основе инновационно-технологических реше-ний»			6					
4. Самостоятельная работа для изучения теоретических материалов							6	
5. Самостоятельная работа для выполнения курсового проекта							9	
Всего	10		22				76	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Васильева З. А., Филимоненко И. В. Инновационный маркетинг: учебно-методическое пособие для студентов вузов по специальности "Маркетинг"(Красноярск: СФУ).
2. Горфинкель В. Я., Попадюк Т. Г., Аврашков Л. Я., Базилевич Л. И., Бобков Л. В., Графова Г. Ф., Ковалев Г. Д., Малышев Н. И., Мохова С. С., Прасолова В. П., Горфинкель В. Я., Попадюк Т. Г. Инновационный менеджмент: учебник для студентов вузов(Москва: Вузовский учебник).
3. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов(Москва: Издательство "Магистр").
4. Ламбен Ж. -, Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей по программе "Мастер делового администрирования"(СПб.: Питер).
5. Васильева З. А., Филимоненко И. В. Инновационный маркетинг: учебно-методическое пособие по освоению дисциплины [для студентов программ подготовки 080200.68.06 «Маркетинг», 080200.68.07 «Управление развитием бизнеса», 080200.68.08 «Инновационный менеджмент»](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Специальное программное обеспечение для преподавания и изучения дисциплины не требуется. Предполагается, что для успешного освоения дисциплины студенту, как правило, необходимы:
2. •Microsoft Windows 7,8,10 договор №4072/15 от 12 ноября 2018г неограниченное количество в пределах институтов по подписке DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal 3 года (до 12 ноября 2023 г.)
3. •Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копий бессрочно (Microsoft Open License).
4. •Google Chrome Free.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Для обучающихся требуется и обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:
2. •Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, необходимых осуществления образовательного процесса по дисциплине:

-лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;

-мультимедийные аудитории для практических занятий, оснащенные моделируемой мебелью, мультимедийным проектором;

-презентационные комплексы Smart Board, Inter Write установлены стационарно во всех лабораторных аудиториях;

-компьютерные классы с выделенным выходом в Интернет на 15-20 рабочих мест. Конфигурация персональных ЭВМ и рабочих мест базируется на платформе процессоров типа INTEL Pentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Mb, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Mb, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19'.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения