

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и
управления бизнес-процессами**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и управления
бизнес-процессами**

наименование кафедры

З.А. Васильева

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ
И ИННОВАЦИОННЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ**

Дисциплина Б1.В.02 Инновационный маркетинг и инновационный менеджмент

Направление подготовки / 38.04.02 Менеджмент
специальность _____

Направленность
(профиль) _____

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.04.02 Менеджмент

Программу
составили

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

- формирование универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций обучающихся для успешной деятельности в области управления «развитием» на основе факторов инновационного роста в различных структурах реального сектора экономики, государственного и муниципального управления, научно-исследовательских и образовательных организациях;

- формирование комплексного представления об инновационном маркетинге как проектном управлении, в рамках которого процесс разработки, внедрения и продвижения инноваций рассматривается в качестве проекта изменений для принятия управленческих решений стратегического развития организации.

1.2 Задачи изучения дисциплины

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

в рамках предпринимательской деятельности формулировать информационно-аналитические исследования рынка инновационных продуктов, проводить оценку спроса и предложения, потенциальной емкости рынка, выстраивание стратегий вывода и продвижения на рынках инновационные продукты.

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

УК-1:Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
УК-1.1:Знать методы анализа проблем, технологии декомпозиции, обоснования взаимосвязи	
Уровень 1	методы анализа проблем, технологии декомпозиции, обоснования взаимосвязи
Уровень 1	критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников
Уровень 1	технологией разработки и обоснования стратегических решений проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

УК-1.2: Уметь критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников	
УК-1.3: Владеть технологией разработки и обоснования стратегических решений проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	
ПК-1: Способность оценки, выбора и разработки концепций, стратегий, моделей и сценарных вариантов инновационного развития на различных уровнях управления (предприятие, муниципальное образование, регион)	
ПК-1.1: Знать классические и специальные методы исследования мировых тенденций технологического развития и оценки перспективных рынков инновационной продукции (технологии, материалы, товары, услуги) в глобальной среде, методы стратегического управления процессами планирования в организации	
Уровень 1	классических и специальных методов исследования мировых тенденций технологического развития и оценки перспективных рынков инноваций продукции (технологии, материалы, товары) в глобальной среде, методы стратегического управления процессами планирования
ПК-1.2: Уметь позиционировать конкурентные преимущества инновационной продукции (технологии, материалы, товары, услуги) на традиционных и новых товарных рынках, разрабатывать планы и программы управления проектами развития	
Уровень 1	позиционировать конкурентные преимущества инновационной продукции (технологии, материалы, товары, услуги) на традиционных и новых товарных рынках; разрабатывать планы и программы управления проектами развития
ПК-1.3: Владеть навыками стратегического анализа поведения экономических агентов рынков инновационной продукции	
Уровень 1	навыками стратегического анализа поведения экономических агентов рынков инновационной продукции

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Методология научного исследования
 Проектный менеджмент
 Экономика и управление бизнесом: цифровая трансформация
 Организационные изменения
 Тренинг "Управление командой"
 Тренинг "Эффективные коммуникации"
 Управление интеллектуальной собственностью
 Организация инновационно-технологического бизнеса
 Рыночное позиционирование инновационной продукции
 Управление трансфером инноваций
 Цифровые технологии продвижения инноваций

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

Для изучения дисциплины разработан ЭОР «Инновационный маркетинг и инновационный менеджмент». - URL: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=4625>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		1
Общая трудоемкость дисциплины	4 (144)	4 (144)
Контактная работа с преподавателем:	0,89 (32)	0,89 (32)
занятия лекционного типа	0,28 (10)	0,28 (10)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,61 (22)	0,61 (22)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,11 (76)	2,11 (76)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Да
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	1 (36)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Управление «развитием» вместо управления «функционированием»	2,5	5,5	0	38	
2	Управление инновационной деятельностью на уровне предприятий	7,5	16,5	0	38	
Всего		10	22	0	76	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	Базовые понятия инновационного менеджмента: нововведение, новация, инновация, инновационная деятельность, инновационный потенциал, инновационная политика, инновационная инфраструктура, инновационная программа, инновационный процесс	0,5	0	0
2	1	Основные функции инноваций: воспроизводственная, инвестиционная, стимулирующая. Классификация инноваций по признакам: целевому, внешнему, структурному; уровню новизны; масштабу новизны; отраслям внедрения; сферам применения; частоте применения; формам новшества; видам эффекта; подсистемам менеджмента	1	0	0
3	1	Концепция инновационного менеджмента. Концепция маркетинга.	1	0	0

4	2	<p>Инновационный менеджмент и стратегическое управление.</p> <p>Инновационные стратегии предприятия: виолентная (силовая), патияентная (нишевая), коммутантная (при-способительная), эксплерентная (пионерная).</p> <p>Выбор инновационной стратегии</p>	1,5	0	0
---	---	--	-----	---	---

5	2	<p>Методы прогнозирования инновационных идей: экс-пертное прогнозирование; метод Дельфи; метод аналогий; метод дерева целей; морфологический метод; метод сценариев; статистические методы прогнозирования.</p> <p>Методы выработки и выбора инновационных идей: метод целеполагания; метод мозговой атаки; метод инвентаризации слабых мест; метод стимулирования задач; метод вопросника; метод случайных ассоциаций; эвристический метод</p> <p>Методы прогнозирования инновационных идей: экс-пертное прогнозирование; метод Дельфи; метод аналогий; метод дерева целей; морфологический метод; метод сценариев; статистические методы прогнозирования.</p> <p>Методы выработки и выбора инновационных идей: метод целеполагания; метод мозговой атаки; метод инвентаризации слабых мест; метод стимулирования задач; метод вопросника; метод случайных ассоциаций; эвристический метод</p>	2,5	0	0
---	---	---	-----	---	---

6	2	Методы вывода инновационного предприятия на ры-нок. Оценка рыночной эффективности. Многофакторные модели оценки эффективности: нормативные критерии; ресурсные критерии; крите-рии соответствия факторам успеха. Риски: виды рисков, страхование рисков, управление рисками	3,5	0	0
Итого			10	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Базовые понятия инновационного менеджмента	1	0	0
2	1	Функции и классификация ин-новаций	1,5	0	0
3	1	Базовые предпосылки перехода от управления функционированием к управлению развитием	2	0	0
4	1	Стадии инновационного про-цесса	1	0	0
5	2	Методы прогнозирования, вы-работки и выбора инновационных идей	5,5	0	0
6	2	Выбор инновационной стратегии	5,5	0	0
7	2	Методы вывода инновационной продукции на рынок	5,5	0	0
Итого			22	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№	№	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	---	----------------------	---------------------

п/п	раздела дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Рычкова Н. В.	Маркетинговые инновации: учебное пособие по специальности "Маркетинг"	Москва: КНОРУС, 2016
Л1.2	Попов В. Л., Кремлев Н. Д., Ковшов В. С.	Управление инновационными проектами: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Горфинкель В. Я.	Экономика инноваций: учебник для студентов вузов, обучающихся в магистратуре по экономическим специальностям	Москва: Вузовский учебник, 2009
Л2.2	Ламбен Ж. -, Чумпитас Р., Шулинг И.	Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей по программе "Мастер делового администрирования"	СПб.: Питер, 2011
Л2.3	Старов С. А.	Управление брендами: учебник	Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2015
Л2.4	Семенов И. С.	Глобальный мир: к новым моделям национального и регионального развития: Т. 1: [в 2 томах]	Москва: ИМЭМО РАН, 2014
Л2.5	Семенов И. С.	Глобальный мир: к новым моделям национального и регионального развития: Т. 2: [в 2 томах]	Москва: ИМЭМО РАН, 2014

Л2.6	Токарев Б. Е.	Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов	Москва: Издательство "Магистр", 2013
------	---------------	---	--

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к:
9.1.2	• Microsoft Windows 7,8,10 договор №4072/15 от 12.ноября.2015г неограниченное количество в пределах институтов по подписке DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal 3 года (до 12 ноября 2018 г.)
9.1.3	• Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копий бессрочно (Microsoft Open License).
9.1.4	• Google Chrome Free
9.1.5	• Videотека учебных фильмов «Решение» (доступ к электронной ба-зе) Договор «123-АГ от «26» марта 2018 г Неограниченное число инвайтов для просмотра видео, 365 дней, по 25 марта 2019 год.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	1. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru ;
9.2.2	2. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина: http://www.prlib.ru ;
9.2.3	3. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОС-СИЯ): http://uisrussia.msu.ru ;
9.2.4	4. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: http://grebennikon.ru ;
9.2.5	5. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу);
9.2.6	6. Электронная библиотека "НЭЛБУК": http://www.nelbook.ru/ ;
9.2.7	7. Электронная библиотека РГУ нефти и газа им. И.М. Губки-на: http://elib.gubkin.ru ;
9.2.8	8. Электронно - библиотечная база данных «Электронная библиотека технического ВУЗа»: http://www.studentlibrary.ru ;
9.2.9	9. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com ;
9.2.10	10. Euromonitor International: http://www.portal.euromonitor.com ;
9.2.11	11. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ре-сурс «Руконт»: http://rucont.ru

9.2.1 2	12.Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook.com
9.2.1 3	13. Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно

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

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