

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

**СОГЛАСОВАНО**

Директор ИЭиУ  
И.Н. Сычева

## **Рабочая программа дисциплины**

Код и наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.2.1 «Маркетинг инноваций»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.03.02  
Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): Управление малым бизнесом

Статус дисциплины: элективные дисциплины (модули)

Форма обучения: очная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	С.А. Тузовская
Согласовал	Зав. кафедрой «М»	И.Н. Сычева
	руководитель направленности (профиля) программы	И.Н. Сычева

г. Барнаул

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-7	Способность участвовать в программе внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций	ПК-7.2	Применять методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок
		ПК-7.4	Разрабатывать стратегию реализации организационных изменений

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Инновационный менеджмент, Маркетинг
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося**

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	12	0	12	84	37

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Форма обучения: очная

*Семестр: 8*

**Лекционные занятия (12ч.)**

**1. Инновации как товар. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций**

**{лекция с разбором конкретных ситуаций} (1ч.)[1,4,5,6] Специфика инноваций. Их классификация.**

**Потребительские ценности инновационных продуктов. Основы управления программой организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций**

**2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (1ч.)[2,4,5,6,14] Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.**

**3. Стратегии реализации организационных изменений {анализ казусов} (3ч.)[3,4,5,6] Рынок инноваций. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Разработка стратегий реализации организационных изменений**

**4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок {дискуссия} (4ч.)[4,6,7] Барьеры восприятия новинок потребителями. Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок**

**5. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (3ч.)[2,4,5,6,14] Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.**

#### **Практические занятия (12ч.)**

**1. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {беседа} (3ч.)[4,5,6,8] Разработка программ внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Формирование спроса на организационные изменения, продуктовые и технологические инновации**

**2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. {метод кейсов} (3ч.)[5,6,8,10,13,14] Маркетинговые аспекты процесса создания и внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.**

**3. Стратегии реализации организационных изменений {дискуссия} (3ч.)[2,4,5] Разработка стратегий реализации организационных изменений. Формы сотрудничества партнеров в бизнесе. Методы нейтрализации предпринимательских рисков.**

**4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок**

{анализ казусов} (3ч.)[6,7] Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок. Анализ поведения потребителей..

#### Самостоятельная работа (84ч.)

1. Подготовка к текущим занятиям(12ч.)[4,6,7,11] Подготовка к текущим лекционным занятиям
  2. Подготовка к текущим занятиям(12ч.)[4,6,7,11] Подготовка к текущим практическим занятиям,
  3. Самостоятельное изучение тем(36ч.)[1,2,5,6,10,14] Самостоятельное изучение тем дисциплины
  4. Подготовка к промежуточной аттестации(24ч.)[1,4,5] Подготовка к промежуточной аттестации -зачёт
5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Тузовская С.А. Разработка продуктовых инноваций по дисциплине «Маркетинг инноваций» для студентов направления 38.03.02 Управление малым бизнесом – Барнаул, АлтГТУ, 2020. Прямая ссылка:

[http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya\\_RazrProdInn\\_mu.pdf](http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya_RazrProdInn_mu.pdf)

2. Тузовская С.А. Основы маркетинга: Учебное пособие. / Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014. – Режим доступа: [http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya\\_om.pdf](http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya_om.pdf)

3. Ревякин В.С., Тузовская С.А. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины «Маркетинг территорий» студентам направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» очной формы обучения – Барнаул: Изд-во Алт.гос.техн.ун-т, 2019. Прямая ссылка: [http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Revyakin\\_MarkTerr\\_mu.pdf](http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Revyakin_MarkTerr_mu.pdf)

#### 6. Перечень учебной литературы

##### 6.1. Основная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник : [16+] / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> (дата обращения:

18.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03982-9. – Текст : электронный.

5. Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559> (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр.: с. 174-175. – ISBN 978-5-8158-2072-2. – Текст : электронный.

## 6.2. Дополнительная литература

6. Власов, А.В. Коммерциализация и маркетинг инноваций / А.В. Власов, Т.Л. Короткова. – Москва : Креативная экономика, 2012. – 168 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132621> (дата обращения: 18.11.2020). – ISBN 978-5-91292-087-5. – Текст : электронный.

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

7. <http://www.advi.ru/> "Рекламные Идеи" - журнал для практиков рекламы и маркетинга

8. <http://www.sci-innov.ru/> Федеральный портал по научной инновационной деятельности

9. Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - Режим доступа: [www.esomar.org](http://www.esomar.org)

10. База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг "Names" - Режим доступа: [www.crg.li](http://www.crg.li)

11. Информационно-поисковые системы агентств «Бизнес-карта», ЗАО «АСУ-Импульс», «Российский генеральный регистр производителей товаров и услуг», «Независимые производители товаров и услуг России», «Регистр PAV-Пресс».

12. Информационно-справочная система «Консультант плюс» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

13. Информационно-справочная система «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

14. <http://www.krylov.infontr.ru/> Научно-технический информационный портал «Наука, инновации, промышленность»

## 8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия

уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

### 9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Chrome
1	LibreOffice
2	Windows
3	Microsoft Office
3	Антивирус Kaspersky
4	Opera
7	Гарант
8	Яндекс.Браузер
9	7-Zip

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )
2	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ ( <a href="http://gramota.ru/">http://gramota.ru/</a> )

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».