

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.5 «Маркетинг инновационных продуктов»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.04.02
Менеджмент**

Направленность (профиль, специализация): **Технологическое
предпринимательство**

Статус дисциплины: **часть, формируемая участниками образовательных
отношений**

Форма обучения: **очно - заочная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	О.Г. Кузьмина
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-11	Способен осуществлять предварительный анализ внешней среды, разрабатывать и осуществлять оценку инновационных проектов	ПК-11.1	Анализирует факторы внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов
		ПК-11.2	Способен разрабатывать инновационные проекты

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Бизнес-планирование инновационной деятельности, Коммерциализация результатов НИОКР и технологий, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика, Управление бизнес-процессами предприятия, Экономика наукоемкого предприятия

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	
очно - заочная	16	0	16	76	43

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

Форма обучения: очно - заочная

Семестр: 1

Лекционные занятия (16ч.)

- 1. Основы маркетинга инновационного продукта {беседа} (4ч.)[2,4,5,6]**
Содержание инновационной деятельности. Виды и источники инноваций. Мировые тенденции развития инновационной деятельности. Инновационные циклы. Факторы инновационного развития. Понятие жизненного цикла инновационного товара. Диффузия инноваций. Кривая Роджера и Бааса. Факторы, влияющие на восприятие потребителем инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Этапы жизненного цикла старта-апа. разработка инновационных проектов. Различия в распространении потребительских и промышленных инноваций.
- 2. Управление маркетингом инновационного продукта {беседа} (6ч.)[2,4,5,6]**
Комплекс маркетинга для инновационного продукта. Исследование потребителей - MVP, тестирование продукта, HADI-цикл, инновационные коммуникации, оценка эффективности. Клиентоориентированность и кастомизация в инновационных продуктах. Инновационные стратегии компании. Анализ факторов внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов. Создание инновационной бизнес-модели, виды бизнес-моделей, оценка ресурсов. Системный подход к планированию инновационных процессов, KPI для инновационных продуктов.
- 3. Экономика инновационного продукта {беседа} (6ч.)[2,4,5,6,7]** Инновации как фактор экономического роста. Инновационное прогнозирование. Научно-технический форсайт. Инновационная инфраструктура и формы инновационных компаний.
Показатели экономической эффективности маркетинговой модели: NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга. Разработка инновационных проектов. Методы прогнозирования и планирования инновационной деятельности: составление сценариев, метод Delfi, метод дорожных карт, система сбалансированных показателей. Расчеты экономических и финансовых параметров инновационного продукта: NPV, PI, IRR.
Государственное регулирование инновационной деятельности.

Практические занятия (16ч.)

- 1. Основы маркетинга инновационного продукта {дискуссия} (4ч.)[1,3,4,6]**
Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики.
Рынок инноваций и его особенности. Субъекты и объекты рынка инноваций. Формализация инноваций как объекта маркетинга. Маркетинговое обеспечение инновационного продукта. Выявление и удовлетворение потребностей покупателей инновационных товаров, технологий. Понятие инновации(нововведения). Нововведение как товар. Виды нововведений.
Собеседование. Решение профессиональных задач.

2. Создание, оценка и

коммерциализация нового

продукта {метод кейсов} (6ч.)[1,3,4,6] Новизна товара и ее классификация. Творческие технологии разработки нового продукта. Процесс разработки нового товара/технологии. Анализ факторов внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов. Генерирование идеи нового товара. Отбор идей. Оценка рыночного потенциала нового продукта. Экономический анализ. Коммерциализация нового продукта. Тестирование нового товара в рыночных условиях. Процесс восприятия товара потребителем. Барьеры восприятия нового товара. Факторы, влияющие на процесс восприятия инноваций. Особенности покупательского поведения по отношению к новым товарам. Жизненный цикл инновации на рынке. Разработка инновационных проектов.

3. Экономика инновационного продукта {дискуссия} (4ч.)[1,3,4,6] Анализ трехуровневой структуры нового товара. Исследования в области марочной политики.

Роль товарного знака в продвижении инновационного продукта. Значение сервиса для

продвижения технически сложной продукции. Особенности ценообразования на товары –

новинки. Прогнозирование сбыта наукоемкой продукции. Альтернативные каналы сбыта

инновационной продукции. Особенности рекламы инновационного товара. Специфика рекламы. Выбор рекламных средств. Интернет-маркетинг и его роль в продвижении нового товара.

4. Маркетинговые исследования и комплекс

инновационного продукта. {метод кейсов} (2ч.)[1,3,4,6] Патентные исследования. Изучение потребительских предпочтений и потребностей. Конкурентный анализ (бенчмаркинг). Тестирование нового продукта. Альфа-тестирование и бета-тестирование. Внутренний аудит. Анализ факторов внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов.

Самостоятельная работа (76ч.)

1. Самостоятельное изучение текущего материала(49ч.)[2,3,4,5] Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю. Анализ факторов внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов .

2. Подготовка к промежуточной аттестации(27ч.)[1,2,3,4,5,6,7] Самостоятельное изучение заданий и иных материалов, необходимых для оценки индикаторов достижения компетенций, осуществлять предварительный анализ внешней среды, разрабатывать и осуществлять оценку инновационных проектов.

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

1. Методические указания по выполнению практических заданий по дисциплине «Маркетинг инновационного продукта» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент

Год издания: 2022

http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Kusmina_MarInPr_pz_mu.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

2. Инновационный маркетинг : учебник / 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: 19.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03982-9. – Текст : электронный.

3. Стерхова, С. А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга: учебное пособие для профессионалов / С. А. Стерхова ; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Дело, 2010. – 295 с. : ил. – (Образовательные инновации). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443189> (дата обращения: 19.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7749-0532-4. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

4. Сбоева, И. А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие : [16+] / 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: 19.12.2022). – Библиогр.: с. 174-175. – ISBN 978-5-8158-2072-2. – Текст : электронный

5. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 258 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684212> (дата обращения: 19.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04233-1. – Текст :

электронный

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

6. Научно-образовательный портал ТУСУР
<https://edu.tusur.ru/publications/8902>

7. Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства
https://yandex.ru/search/?clid=2437487-19&text=https%3A%2F%2Fstudopedia.su%2F20_9344_rossiyskiy-delovoy-portal-informatsionnoy-podderzhki-predprinimatelstva.html&lr=197

7. Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства
https://yandex.ru/search/?clid=2437487-19&text=https%3A%2F%2Fstudopedia.su%2F20_9344_rossiyskiy-delovoy-portal-informatsionnoy-podderzhki-predprinimatelstva.html&lr=197

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	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№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. (http://нэб.рф/)

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».