

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Ольга Ивановна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:39:03

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.14 Инновационный маркетинг

Основная профессиональная образовательная программа Направление 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ программа "Маркетинг"

Методический отдел УМУ

«23» 03 2020 г.

Ольга Ивановна Ашмарина

Научная библиотека СГЭУ

«23» 03 2020 г.

Ольга Ивановна Ашмарина

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и
рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой *Л.А. Сосунова* /Л.А. Сосунова/

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2020

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Инновационный маркетинг входит в вариативную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Маркетинг услуг в здравоохранении, Основы бизнеса, Информационный маркетинг, Деловые коммуникации, Коммерческий механизм систем товародвижения, Коммерция услуг, Инвестиционный анализ, Маркетинговые исследования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Инновационный маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-8 - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-8	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК8з1: правила составления, оформления и оперативного хранения управленческих документов	ПК8у1: организовывать документооборот на предприятии (в организации); систематизировать входящую, исходящую и внутреннюю документацию предприятия (организации); группировать в дела отдельные категории документов с учетом сроков их хранения	ПК8в1: навыками создания документов, содержащих цели предприятия (организации); создания документов, содержащих данные для разработки и реализации стратегии предприятия (организации); создания документов с использованием стандартных программных продуктов; использования номенклатуры дел в документообороте на предприятии (организации); архивного хранения документов предприятия (организации); группировки документов по номенклатуре
	ПК8з2: правила составления и оформления служебной документации, соответствующие нормативы и стандарты при внедрении технологических, продуктовых инноваций	ПК8у2: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования операционной	ПК8в2: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем

	или организационных изменений	производственной) деятельности	
--	-------------------------------	--------------------------------	--

ПК-15 - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-15	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК15з1: принципы организации финансового планирования и прогнозирования ; понятие и классификация рыночных и специфических рисков	ПК15у1: разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планирования; измерять и оценивать уровень и опасность наступления рыночных и специфических рисков	ПК15в1: технологиями финансового планирования и прогнозирования, навыками инвестиционного проектирования
	ПК15з2: методы учета инвестиционных рисков и технологии управления ими; базовые понятия и принципы, используемые при анализе эффективности инвестиций	ПК15у2: интерпретировать результаты определения ключевых показателей эффективности инвестирования в целях принятия оптимальных финансовых и инвестиционных решений; на основе оценки инвестиционных возможностей формировать оптимальный инвестиционный портфель	ПК15в2: методами оценки эффективности инвестиционных решений, применения критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	49.15/1.37
Занятия лекционного типа	16/0.44
Занятия семинарского типа	32/0.89
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	3.85/0.11
Промежуточная аттестация	19/0.53
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	9.15/0.25
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	59.85/1.66
Промежуточная аттестация	3/0.08
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Инновационный маркетинг представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теория инновационного маркетинга	8	16			1,85	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2
2.	Инструменты инновационного маркетинга	8	16			2	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2
	Контроль	19					
	Итого	16	32	0.15	1	3.85	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				

1.	Теория инновационного маркетинга	2	2			29,85	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2
2.	Инструменты инновационного маркетинга	2	2			30	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2
	Контроль				3		
	Итого	4	4	0.15	1	59.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теория инновационного маркетинга	лекция	Понятие, цели и задачи инновационного маркетинга
		лекция	Базовые понятия инновационного маркетинга
		лекция	Инновационный рынок
2.	Инструменты инновационного маркетинга	лекция	Управление инновационными рыночными процессами
		лекция	Коммерциализация результатов инновационной деятельности.
		лекция	Инновационные стратегии.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теория инновационного маркетинга	практическое занятие	Понятие, цели и задачи инновационного маркетинга
		практическое занятие	Базовые понятия инновационного маркетинга
		практическое занятие	Инновационный рынок
2.	Инструменты инновационного маркетинга	практическое занятие	Управление инновационными рыночными процессами
		практическое занятие	Коммерциализация результатов инновационной деятельности.
		практическое занятие	Инновационные стратегии.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых

организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теория инновационного маркетинга	- подготовка доклада - тестирование
2.	Инструменты инновационного маркетинга	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432149>
2. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437225>

Дополнительная литература

1. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 170 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438984>
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 257 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437971>
3. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 275 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437972>
4. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437225>

Литература для самостоятельного изучения

1. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / В. Г. Медынский. -
2. Рычкова Н.В. Особенности маркетинговых инноваций : Учеб. пособие. - УМО. - М. : КНОРУС, 2011 [Электронный ресурс <http://ibooks.ru/>] ISBN 978-5-406-02199-6 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24805>
3. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг [Текст] : учебник. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 238 с. ; 60x90/16. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 223-235. - 1000 экз. - ISBN 978-5-16-004681-5 : 223р.85к.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business

2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Инновационный маркетинг:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-8 - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК8з1: правила составления, оформления и оперативного хранения управленческих документов	ПК8у1: организовывать документооборот на предприятии (в организации); систематизировать входящую, исходящую и внутреннюю документацию предприятия (организации); группировать в дела отдельные категории документов с учетом сроков их хранения	ПК8в1: навыками создания документов, содержащих цели предприятия (организации); создания документов, содержащих данные для разработки и реализации стратегии предприятия (организации); создания документов с использованием стандартных программных продуктов; использования номенклатуры дел в документообороте на предприятии (организации); архивного хранения документов предприятия (организации); группировки документов по номенклатуре
Повышенный	ПК8з2: правила составления и оформления служебной документации, соответствующие	ПК8у2: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать	ПК8в2: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования

нормативы и стандарты при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности	корпоративных информационных систем
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------

ПК-15 - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК15з1: принципы организации финансового планирования и прогнозирования ; понятие и классификация рыночных и специфических рисков	ПК15у1: разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планирования; измерять и оценивать уровень и опасность наступления рыночных и специфических рисков	ПК15в1: технологиями финансового планирования и прогнозирования, навыками инвестиционного проектирования
Повышенный	ПК15з2: методы учета инвестиционных рисков и технологии управления ими; базовые понятия и принципы, используемые при анализе эффективности инвестиций	ПК15у2: интерпретировать результаты определения ключевых показателей эффективности инвестирования в целях принятия оптимальных финансовых и инвестиционных решений; на основе оценки инвестиционных возможностей формировать оптимальный инвестиционный портфель	ПК15в2: методами оценки эффективности инвестиционных решений, применения критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теория инновационного маркетинга	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2	Оценка докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	зачет

2.	Инструменты инновационного маркетинга	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК15з1, ПК15з2, ПК15у1, ПК15у2, ПК15в1, ПК15в2	Оценка докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	зачет
----	---------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	-------

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теория инновационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инновация – как экономическая и маркетинговая категория 2. Различные подходы к определению инноваций 3. Инновационный маркетинг и маркетинг инноваций 4. Методы поиска идей: плюсы и минусы 5. Ключевые концепции инновационного маркетинга 6. Предпосылки формирования современных концепций маркетинга
Инструменты инновационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Великие изобретатели и инноваторы в истории человечества. История творческой и научной деятельности известных инноваторов (России, мира), описание их уникальных изобретений. 2. Радикальные инновации и "революционеры" бизнеса. 3. Откуда берутся идеи инноваций? – Лень, конкуренты, долгие научные исследования...?! 4. Технологические и управленческие инновации Генри Форда 5. Инновации в информационном маркетинге 6. Роботизация производства и сервиса. 7. Интересные примеры роботизации производственных процессов, роботы в торговых залах и индустрии развлечений, роботы с социальной сфере и пр. 8. Инновации в рекламе 9. Дополненная реальность в маркетинге и рекламе 10. Реклама в Интернет. 11. Эффективный маркетинг будущего.

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Причины появления инноваций:

- действия конкурентов
- научное открытие
- развитие сферы услуг
- логика развития отрасли

Слово «инновация» значит

- в направлении развития
- новый товар
- новая услуга

Процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы во времени – это

- диффузия инновации
- эволюция технологий
- управление инновационными процессами

Включает инновационное развитие реакционного характера – реакция на изменения во внешней среде, в частности на инновации конкурентов

- стратегия следования за лидером
- имитационная стратегия
- наступательная стратегия

Предполагает имитационную деятельность, рутинизацию нововведений

- имитационная стратегия
- коммутантная стратегия
- пациентная стратегия

В какой работе введено понятие инновации как экономической категории?

- Теория экономического развития Й.Шумпетера
- Капитал К.Маркса
- Викиномика Э.Тоффлера

Может ли человек в одиночку создать и реализовать инновационный проект?

- это практически невозможно
- да, как правило, так и бывает

Методы поиска идей инноваций

- Метод мозгового штурма
- Метод шести шляп Эдварда де Боно
- Метод алгоритмизации бизнес процессов

Создавать продукт, опираясь на фокус-группы, по-настоящему трудно. Чаще всего люди не понимают, что им на самом деле нужно, пока сам им этого не покажешь.

- Стив Джобс
- Й. Шумпетер
- Э.Тоффлер

Автор концепции «Открытые инновации»

- Г.Чесбро
- Й. Шумпетер
- Э.Тоффлер

В чьей работе «Преодоление пропасти» отражено развитие теории классификации групп приверженцев инноваций?

- Г.Чесбро
- Й. Шумпетер
- Дж.Мур

Примеры каких инноваций по К. Кристенсену? Телефон (заменял телеграф), пароходы (заменяли парусные суда), полупроводники (заменяли электровакуумные приборы), цифровые камеры (заменяли пленочные)

- прорывных
- вредоносных
- улучшающих

Процесс индустриальной мутации, которая непрерывно реконструирует экономическую структуру изнутри, разрушая старую структуру и создавая новую

- креативное разрушение (По Шумпетеру)
- революция (по В.Ленину)
- эволюция (по Ч.Дарвину)

Ученый, эмпирически доказавший наличие долгосрочных колебаний – больших циклов конъюнктуры

- Н.Д.Кондратьев
- Дж. Китчин
- Й.Шумпетер

Форма территориальной интеграции науки, образования и производства в виде объединения научных организаций, проектно-конструкторских бюро, учебных заведений, производственных предприятий или их подразделений, - это

- наукоград
- инкубатор бизнеса
- технопарк

Первая стадия жизненного цикла инновации:

- коммерциализация новшества (выведение на рынок)
- создание новшества
- приобретение новшества потребителем
- освоение (внедрение) новшества
- потребление новшества (включая обновление другой продукции или технологии)

Инновационному рынку свойственно:

- Емкость рынка существенно зависит от инновационной активности экономики на макро- и микроуровнях
- Рынок высокоэластичен
- Рынку присущи высокие барьеры - барьеры восприятия новинок (потенциальными потребителями).

Инновационному рынку свойственно:

- Глобальный характер рынка
- Неограниченное количество покупателей
- Функционирование рынка инноваций поддерживает определенная рыночная инфраструктура

Определяет ли данное высказывание характер инновационного рынка: Трудно предсказать скорость, масштабы распространения новшества и насыщения им спроса, определить емкость потенциального рынка и намерения

- да
- нет

Кому принадлежит высказывание: Раз возникнув, новое явление приводит в действие процесс подражания

- Габриэль Тарди
- Николай Кондратьев
- Чарльз Дарвин

Автор математической модели диффузии инноваций

- Н.Кондратьев
- Ф.Басс
- Э.Роджерс

Венчурное финансирование характеризуется:

- повышенными рисками
- связью финансового капитала и интеллектуальных ресурсов
- дробным финансированием
- всеми перечисленными характеристиками

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы
Теория инновационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none">1. Специфика и примеры маркетинговых инноваций2. Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг3. Определение и особенности понятия «инновация»4. Функции инноваций5. Классификация инноваций6. Модели инновационных процессов7. Жизненный цикл инновационного товара8. Инновационные товары: характерные особенности9. Особенности рынка новшеств10. Рыночная и технологическая неопределенность на рынке инноваций11. Предложение инновационного товара. Классификация инновационного предложения.
Инструменты инновационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none">1. Популярные модели диффузии инноваций2. Основные группы потребителей инновационных товаров (по И. Роджерсу)3. Формы и методы продвижения инноваций.4. Стадии принятия нового продукта потребителем по Эверетту Роджерсу.5. Факторы, влияющие на скорость распространения инноваций

	6. Специфика продвижения инновационных товаров 7. Формы трансфера технологий 8. Инновационные стратегии 9. Маркетинговая и экономическая эффективность инновационной деятельности 10. Стратегии выведения новых товаров на рынок
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теория инновационного маркетинга	1. Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг 2. Определение и особенности понятия «инновация» 3. Теории Й. Шумпетера; 4. Функции инноваций 5. Классификация инноваций; ПК-8, ПК-15 6. Специфика и примеры маркетинговых инноваций 7. Модели инновационных процессов 8. Жизненный цикл инновационного товара 9. Инновационные товары: характерные особенности; 10. Предложение инновационного товара. Классификация инновационного предложения.
Инструменты инновационного маркетинга	1. Популярные модели диффузии инноваций 2. 11. Основные группы потребителей инновационных товаров (по И. Роджерсу); ПК-8, ПК-15 3. Понятие и характерные особенности рынка новшеств 4. Рыночная и технологическая неопределенность на рынке инноваций, способы ее устранения 5. Специфика продвижения инновационных товаров 6. Формы трансфера технологий 7. Законы инновационного рынка Ф.Басса 8. Инновационные стратегии: понятие, принципы выбора 9. Маркетинговая и экономическая эффективность инновационной деятельности; 10. Формы и методы продвижения инноваций. 11. Стадии принятия нового продукта потребителем по Э.Роджерсу 12. Факторы, влияющие на скорость распространения инноваций 13. Понятие и роль бизнес-инкубаторов в развитии рынка

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК8з1, ПК8у1, ПК8в1, ПК15з1, ПК15у1, ПК15в1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне