

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ  
 УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИИИИ

А.А. Осадченко

«30» 06 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРИЕМ 2019 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная**

<b>Маркетинг инноваций</b>		
Направление подготовки/ специальность	<b>27.04.05 Инноватика</b>	
Образовательная программа (направленность (профиль))	<b>Инженерное предпринимательство</b>	
Специализация	<b>Инженерное предпринимательство</b>	
Уровень образования	высшее образование - магистратура	
Курс	<b>1</b>	<b>2</b>
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	<b>3</b>	
Виды учебной деятельности	Временной ресурс	
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	<b>16</b>
	Практические занятия	<b>16</b>
	Лабораторные занятия	-
	ВСЕГО	<b>32</b>
Самостоятельная работа, ч		<b>76</b>
ИТОГО, ч		<b>108</b>

Вид промежуточной аттестации	<b>Экзамен</b>	Обеспечивающее подразделение	<b>Школа инженерного предпринимательства</b>
------------------------------	----------------	------------------------------	--

Руководитель ООП Преподаватель		И.С. Антонова
		Т.С. Селевич

2020 г.

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
ПК(У)-4	Способность найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности	ПК(У)-4.31	Знает технологии оценки результатов НИОКР с учетом коммерческого потенциала, требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
		ПК(У)-4.У1	Умеет принимать решения при реализации проектов с учетом требования качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
		ПК(У)-4.В1	Владеет опытом экспертизы проектов создания наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
ПК(У)-5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК(У)-5.31	Знает инфраструктуру инновационной деятельности
		ПК(У)-5.У1	Умеет предвидеть возможные риски и управлять ими
		ПК(У)-5.В1	Владеет опытом экспертизы инновационных проектов и процессов
ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК(У)-2.33	Знает подходы к продвижению нового продукта
		ДПК(У)-2.У3	Умеет разрабатывать план продвижения нового продукта
		ДПК(У)-2.В3	Владеет опытом разработки рекламной кампании продукта

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части междисциплинарного профессионального модуля Учебного плана образовательной программы.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД 1	Умение использовать абстрактное мышление, анализ и синтез, оценивать современные достижения науки и техники и находить возможность их применения в практической деятельности	ПК(У)-5
РД 2	Умение анализировать современные проблемы инноватики, прогнозировать тенденции научно-технического развития	ПК(У)-5
РД 3	Умение производить оценку экономического потенциала инновации, затрат на реализацию научно-исследовательского проекта	ДПК(У)-2 ПК(У)-4

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### *Основные виды учебной деятельности*

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
<b>Раздел 1.</b> Маркетинг и инновационная деятельность. Генерация идей.	РД1	Лекции	6
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	26
<b>Раздел 2.</b> Распространение инноваций на рынке	РД2	Лекции	6
		Практические занятия	6
		Самостоятельная работа	26
<b>Раздел 3.</b> Продвижение инноваций	РД3	Лекции	4
		Практические занятия	6
		Самостоятельная работа	24
<b>ИТОГО:</b>		<b>Лекции</b>	<b>16</b>
		<b>Практические занятия</b>	<b>16</b>
		<b>Самостоятельная работа</b>	<b>76</b>

Содержание разделов дисциплины:

#### **Раздел 1. Маркетинг и инновационная деятельность. Генерация идей.**

Методы генерирования идей: «мозговой штурм», синектика Гордона, метод Олсона, «морфологический ящик», метод «365», метод Пинг-Понга, групповые дискуссии. Барьеры воображения. Проблемы генерации идей в организации. Источники инноваций в организации. Социальные роли: «аутсайдер», «инсайдер», «инноватор», менеджер, инноваторы и последователи. Восприятие инноваций в организации. Барьеры для распространения инноваций в организации. Инновации как вызов и инновации как возможность развития.

##### **Темы лекций:**

1. Методы генерации идей в организации.
2. Восприятие инноваций в организации.

##### **Темы практических занятий:**

1. Барьеры воображения.
2. Барьеры для распространения инноваций в организации.

#### **Раздел 2. Распространение инноваций на рынке**

Понятие жизненного цикла товара (ЖЦ) и диффузия инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различия в распространении промышленных и потребительских инноваций. Функции маркетинга в зависимости от этапа ЖЦТ. Характеристика потребителей в зависимости от восприятия инноваций. Теории потребительского поведения. Факторы, влияющие на восприятие потребителем инноваций. Концепции управления потребительским поведением. Управление

вниманием потребителя. Управлением принятием решения о покупке. Управление лояльностью. Формирование партнерских отношений с покупателем.

**Темы лекций:**

1. Диффузия инноваций и жизненный цикл товара (ЖТЦ)
2. Восприятие потребителем инноваций
3. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок

**Темы практических занятий:**

1. Анализ потребительского поведения.
2. Формирование партнерских отношений с покупателем.

<b>Раздел 3. Продвижение инноваций</b>
--

Понятие инновационного маркетинга. Основные принципы инновационного маркетинга. Маркетинговые коммуникации как фактор управления покупательским поведением. Эффективность маркетинговых коммуникаций. Новые виды маркетинговых коммуникаций (МК): мобильный маркетинг, вебсайты, интернет-реклама, вирусный маркетинг, партизанский маркетинг. Особенности маркетинга в интеллектуальных и социальных сетях. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга. Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение истемы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности маркетинга: NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга.

**Темы лекций:**

1. Инновационный маркетинг
2. Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети
3. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций.

**Темы практических занятий:**

1. Эффективность маркетинговых коммуникаций.
2. Показатели экономической эффективности маркетинга. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга.

### **5. Организация самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации в рамках проектной команды при работе с проблемным кейсом;
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- Анализ научных публикаций по проблемному кейсу;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

## **6.1 Методическое обеспечение**

### **Основная литература:**

1. Годин А.М.. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] / Годин А.М.. - 12-е изд.. - М.: Дашков и К, 2017. - 656 с.. - ISBN 978-5-394-02540-2. - URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/105549> (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.
2. Горнштейн М.Ю.. Современный маркетинг: Монография [Электронный ресурс] / Горнштейн М.Ю.. - М.: Дашков и К, 2017. - 404 с.. - ISBN 978-5-394-02909-7. URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/103736> (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.

### **Дополнительная литература:**

1. Кожухар В.М.. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] / Кожухар В.М.. - Москва: Дашков и К, 2016. - 292 с.. - ISBN 978-5-39401047-7. URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/93330> (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.
2. Синяева И.М.. Маркетинг в предпринимательской деятельности: Учебник [Электронный ресурс] / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.. - 5-е изд.. - М: Дашков и К, 2017. - 266 с.. - ISBN 978-5-394-02393. - URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/93409> (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.

## **6.2. Информационное и программное обеспечение**

### **Интернет-ресурсы:**

1. Маркетинг: журнал. – Москва: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2003-. – Издается с 1991 г.. – ISSN 0869-3722. URL: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=8818](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8818) (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.
2. Маркетолог: международный профессиональный журнал. – Москва: 2005-. – Изд. с 1999 г. Схема доступа: <http://www.marketolog.ru> (контент); URL: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=26968](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=26968) (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.
3. Маркетинг в России и за рубежом: научно-практический журнал. – Москва: Финпресс, 1999-. – Издается с 1997 г. – 6 номеров в год.. – ISSN 1028-5849. URL: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=8819](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8819) (контент) (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации. — Текст: электронный.

### **Электронные ресурсы НТБ:**

1. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 17.05.2019). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

### **Используемое лицензионное программное обеспечение:**

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice;
3. Google Chrome;
4. Mozilla Firefox ESR;
5. Zoom Zoom

## 7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для В учебном процессе используется следующее оборудование для лекционных и практических занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Усова улица, 7, строен. 6 109	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 30 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Проектор - 1 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Усова улица, 7, строен. 6 117	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Гумба стационарная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 40 посадочных мест; Проектор - 1 шт.; Компьютер - 1 шт.

Рабочая программа составлена на основе общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 «Инноватика», специализация «Инженерное предпринимательство» (приема 2019 г., очная форма обучения).

Разработчик:

Должность	ФИО
Доцент ШИП	Т.С Селевич

Программа одобрена на заседании ШИП (протокол от « 27 » июня 2019 г. № 3).

Директор  
Школы инженерного предпринимательства

 /А. А. Осадченко/  
подпись

**Лист изменений рабочей программы дисциплины:**

<b>Учебный год</b>	<b>Содержание /изменение</b>	<b>Обсуждено на заседании ШИП / УС ШИП (протокол)</b>
2020/2021	Изменены структура и формы всех документов ООП согласно приказу ТПУ № 127-7/ "Об утверждении форм документов ООП" от 06.05.2020 г.	От 30.06.2020 г. №5