

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2018г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг инноваций

Направление подготовки/ специальность	38.03.02 Менеджмент		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Производственный менеджмент		
Специализация	Производственный менеджмент		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	4	семестр	8
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		8
	Практические занятия		6
	Лабораторные занятия		
	ВСЕГО		14
Самостоятельная работа, ч		94	
ИТОГО, ч		108	

Вид промежуточной аттестации	Зачет	Обеспечивающее подразделение	ШИП
---------------------------------	--------------	---------------------------------	------------

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 6. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ДПК (У)-2	Владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ДПК (У)-2.В10	Владеет методами маркетингового исследования и продвижения на наукоёмких и высокотехнологичных рынках
		ДПК (У)-2.У10	Умеет применять методы маркетингового исследования и продвижения на наукоёмких и высокотехнологичных рынках
		ДПК (У)-2.310	Знает сущность, основные понятия и особенности маркетинга в инновационной деятельности

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Код	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Компетенция
	Наименование	
РД-1	Владеет и применяет основные методы и инструменты маркетингового исследования и продвижения продукции.	ДПК (У)-2
РД-2	Знает сущность, основные понятия и особенности маркетинговых исследований при продвижении на наукоёмких и высокотехнологичных рынках.	

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Особенности маркетингового анализа инвестиционных проектов	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	10
Раздел 2. Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка	РД-1 РД-2	Лекции	0
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	20
Раздел 3. Анализ конкурентной среды	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	10
Раздел 4. Оценка концепции нового продукта	РД-1 РД-2	Лекции	0
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	20
Раздел 5. Особенности вывода на рынок и продвижения новых	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	0

товаров		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	10
Раздел 6. Контроль выполнения и оценка результатов	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	24

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

1. Алексунин, В. А. Маркетинг для вузов : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 216 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93538> (дата обращения: 05.05.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 552 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93523> (дата обращения: 05.05.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 152 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 05.05.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119283> (дата обращения: 05.05.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. — Москва : Дашков и К, 2017. — 184 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93439> (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Краковецкая, Инна Валентиновна. Маркетинг инноваций : электронный курс [Электронный ресурс] / И. В. Краковецкая; Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Школа инженерного предпринимательства. — Электрон. дан.. — TPU Moodle, 2015. — Заглавие с экрана. — Доступ по логину и паролю..

Схема доступа: <http://design.lms.tpu.ru/course/view.php?id=2735> (контент)

Информационно-справочные системы:

1. Информационно-справочная система КОДЕКС – <https://kodeks.ru/>
2. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – https://www.elibrary.ru/query_results.asp

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Cisco Webex Meetings;
3. Zoom Zoom.