

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2018г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная**

Продвижение инновационного продукта

| | | | |
|---|----------------------------------|---------|------------|
| 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.З10 | Знает сущность, основные понятия и особенности маркетинга в инновационной деятельности |

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

| Планируемые результаты обучения по дисциплине | | Компетенция |
|---|---|-------------|
| Код | 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. | |

3. 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 выведения на рынок и продвижения новых товаров | РД-1 РД-2 | Лекции | 2 |
| | | Практические занятия | 0 |
| | | Лабораторные занятия | |
| | | Самостоятельная работа | 10 |
| Раздел 6. Контроль выполнения и оценка результатов | РД-1 РД-2 | Лекции | 2 |
| | | Практические занятия | 2 |
| | | Лабораторные занятия | |

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

1. Алексунин, В. А. Маркетинг для ссузов : 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.