

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ШИП
Осадченко А.А.
«30» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2016 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Продвижение инновационного продукта			
Направление подготовки/специальность	38.03.02 Менеджмент		
Образовательная программа (направленность (профиль))	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		0
	ВСЕГО		14
Самостоятельная работа, ч			94
ИТОГО, ч			108

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

Руководитель ООП
Преподаватель

	Видяев И.Г.
	Сабирова Д.Т.

2020 г.

1. Цели освоения дисциплины

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты освоения ООП	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	Р7	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. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части междисциплинарного профессионального модуля Блока 1 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	
РД1	Владеет и применяет основные методы и инструменты маркетингового исследования и продвижения продукции..	ДПК (У)-2
РД2	Знает сущность, основные понятия и особенности маркетинговых исследований при продвижении на наукоёмких и высокотехнологичных рынках.	

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.
Раздел 1. Особенности маркетингового анализа инновационных проектов	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	20
Раздел 2. Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка	РД2	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	30
Раздел 3. Анализ конкурентной среды	РД1 РД2	Лекции	2
		Практические занятия	1
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	20
Раздел 4. Оценка концепции нового продукта	РД1	Лекции	2
		Практические занятия	1
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	24

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Особенности маркетингового анализа инновационных проектов

В разделе раскрываются основные этапы анализа инновационных проектов и их принципиальные отличия; структура и порядок проведения детального анализа рынка; перечень основных показателей, необходимых для принятия решения. Особое внимание уделяется этапам проведения маркетингового анализа инновационных проектов.

Темы лекций:

1. Схема и основные этапы разработки новой продукции.

Темы практических занятий:

1. Определение перечня основных показателей, полученных в результате детального анализа рынка на примере практического кейса.

Раздел 2. Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка

Описывается методика оценки привлекательности новой продукции, раскрываются основные шаги по анализу рынка и методы проведения исследования внешней и внутренней среды. Особое внимание уделяется SWOT-анализу и PEST-анализу.

Темы лекций:

1. Новая идея: принципы предварительной оценки привлекательности для компании.

Темы практических занятий:

1. Сегментирование рынка, методики выделения целевых сегментов (по продукту, по территориям). Алгоритм формирования коммерческого предложения.

Раздел 3. Анализ конкурентной среды

Раскрываются: порядок проведения методики «выделение стратегических групп конкурентов»; методика оценки конкурентоспособности компании относительно основных конкурентов с помощью метода построения профилей; алгоритм оценки конкурентоспособности продукта. Особое внимание уделяется методикам оценки конкурентоспособности.

Темы лекций:

1. Определение сферы конкуренции: методика выделения стратегических групп конкурентов компании.

Темы практических занятий:

1. Оценка конкурентоспособности нового товара: выявление и формирование конкурентных преимуществ.

Раздел 4. Оценка концепции нового продукта

Раскрываются: алгоритм создания сбытовой сети; порядок расчета прогноза продаж на новый товар; алгоритм разработки прогноза продаж компании на плановый период. Особое внимание уделяется оценке нового продукта, алгоритму прогноза продаж инновационного товара. Полученные знания помогут принимать управленческие решения в области создания сбытовой сети или прогнозов продаж инновационного товара.

Темы лекций:

1. Расчет прогноза продаж нового товара.

Темы практических занятий:

1. Прогноз потенциала рынка: построение схемы сбытовых сетей на базе коммерческой практики.

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 по индивидуально заданной проблеме курса;
- Работа в электронном курсе (изучение теоретического материала, выполнение индивидуальных заданий и контролирующих мероприятий и др.);
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- Подготовка к практическим и семинарским занятиям;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. 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.

6.2. 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.

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных 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, аудитория 117	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Тумба стационарная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 40 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Проектор - 1 шт.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 38.03.02 Менеджмент, образовательная программа «Менеджмент», специализация «Производственный менеджмент» (приема 2016 г., заочная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Старший преподаватель		Д.Т. Сабирова

Программа одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол от 28.06.2016г. №28).

Директор ШИП,
к.т.н


подпись /Осадченко А.А./

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП (протокол)
2018/2019 учебный год	Изменена система оценивания	17.09.2018 г. №4
2018/2019 учебный год	2.Обновлено ПО в рабочих программах дисциплин «Информационные системы в экономике и управлении», «Теория бухгалтерского учета», "Практикум по производственному менеджменту"	от 26.06.2018 г. №3
2019/2020 учебный год	3. Изменен список литературы в рабочих программах дисциплин	от 27.06.2019 №3
2019/2020 учебный год	4. Обновлен перечень профессиональных баз данных в рабочих программах дисциплин	от 27.06.2019 №3
2020/2021 учебный год	5. Изменено содержание разделов рабочих программ дисциплин	от 29.06.2020 №3