

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

Основы маркетинга в инновационной сфере			
Направление подготовки/ специальность	27.03.05 Инноватика		
Образовательная программа	Предпринимательство в инновационной деятельности		
Специализация	Предпринимательство в инновационной деятельности		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	3	семестр	6
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	16	
	Практические занятия	56	
	ВСЕГО	72	
Самостоятельная работа, ч		108	
ИТОГО, ч		180	

Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
---------------------------------	----------------	---------------------------------	--

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.

Элемент образовательной программы	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Основы маркетинга в инновационной сфере	6	ДПК (У)-1	Способность к экономическому планированию деятельности структурного подразделения промышленной организации, которое направлена на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка, обеспечение участия работников структурного подразделения промышленной организации в проведении маркетинговых исследований	ДПК(У)-1.В1	Владение опытом исследований рынка
				ДПК(У)-1.У1	Умение выявлять потребности рынка
				ДПК(У)-1.У2	Умение проводить маркетинговые исследования
				ДПК(У)-1.31	Знание методов оценки рынка
				ДПК(У)-1.32	Знание методологии проведения маркетинговых исследований

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к базовой части 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	
РД-1	Умение выполнять анализ рынка на основе собранных вторичных информационных источников	ДПК(У)-1.В1 ДПК(У)-1.У2 ДПК(У)-1.31
РД-2	Умение выполнять анализ потребителей на основе методов customer development	ДПК(У)-1.В1 ДПК(У)-1.У1 ДПК(У)-1.32
РД-3	Умение выполнять анализ конкурентов	ДПК(У)-1.В1 ДПК(У)-1.У2 ДПК(У)-1.32
РД-4	Навык работы в команде для продвижения инновационного продукта	ДПК(У)-1.В1 ДПК(У)-1.31

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. Анализ рынка	РД-1	Лекции	4
		Практические занятия	14
		Самостоятельная работа	27
Раздел 2. Анализ потребителей	РД-2	Лекции	4
		Практические занятия	14
		Самостоятельная работа	27
Раздел 3. Конкурентный анализ	РД-3	Лекции	4
		Практические занятия	14
		Самостоятельная работа	27
Раздел 4. Формирование маркетинговой стратегии на основе результатов исследования	РД-4	Лекции	4
		Практические занятия	16
		Самостоятельная работа	27

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: Практикум : учебное пособие / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — Москва : Дашков и К, 2016. — 216 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93362> (дата обращения: 01.09.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93419> (дата обращения: 01.09.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 328 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93404> (дата обращения: 28.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 4-е, изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 280 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93311> (дата обращения: 28.05.2020). — 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: 28.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 440 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93316> (дата обращения: 28.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
 5. Маркетинговые коммуникации: журнал. — Москва: Издательский дом «Гребенников». — URL: <https://grebennikon.ru/journal-1.html#volume2020-1> (дата обращения: 28.05.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. — Текст: электронный.
 6. Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. — Москва: Издательский дом «Гребенников». — URL: <https://grebennikon.ru/journal-3.html#volume2020-1> (дата обращения: 02.05.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. — Текст: электронный.

5.2. Информационное и программное обеспечение

Электронные ресурсы НТБ:

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — URL: <http://www.consultant.ru/online/> (дата обращения: 25.08.2019).
2. Справочно-правовая система «Кодекс». — URL: <http://ezproxy.ha.tpu.ru:2339/docs/> (дата обращения: 25.08.2020).
3. Электронно-библиотечная система «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 25.08.2020).
4. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM». — URL: <https://new.znanium.com/> (дата обращения: 25.08.2020).
5. Электронно-библиотечная система «Юрайт». — URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 25.08.2020).
6. Grebennikon, Электронная библиотека (ЭБ). — URL: <http://www.grebennikon.ru> (дата обращения: 25.08.2020).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы доступны по ссылке: <https://www.lib.tpu.ru/html/irs-and-pdb>

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

7-Zip; Adobe Acrobat Reader DC; Adobe Flash Player; Cisco Webex Meetings; Document Foundation LibreOffice; Google Chrome; Mozilla Firefox ESR; Tracker Software PDF-XChange Viewer; Zoom Zoom