

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Управление продажами			
Направление подготовки/специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (Направленность (профиль))	Инженерное предпринимательство		
Специализация	Инженерное предпринимательство		
Уровень образования	высшее образование - магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	0	
	Практические занятия	32	
	Лабораторные занятия	0	
	ВСЕГО	32	
Самостоятельная работа, ч		76	
ИТОГО, ч		108	
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п.5.5 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2. 32	Знает современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
		УК(У)-2. У2	Умеет применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
		УК(У)-2.В2	Владеет опытом оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.31	Знает основные технологии осуществления и коммерциализации инновационного продукта
		ПК(У)-1.У1	Умеет разработать технологию осуществления и коммерциализации разработок
		ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии коммерциализации инновационного продукта
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. Планируемые результаты обучения по дисциплины

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Код	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Компетенция
	Наименование	
РД 1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта	УК(У)-2 ПК(У)-1
РД 2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития	УК(У)-2 ПК(У)-1 ДПК(У)-2
РД 3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке	ДПК(У)-2 ПК(У)-1

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Маркетинг в экономической системе	РД 2 РД 3	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	20
Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	РД 1 РД 2 РД 3	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	20

Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	РД 2 РД 1	Лекции	-
		Практические занятия	12
		Самостоятельная работа	32
ИТОГО:		Лекции	-
		Практические занятия	32
		Самостоятельная работа	76

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Голова, А. Г. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — 280 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/93527> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Портных, В. В. Стратегия бизнеса : учебное пособие / В. В. Портных. — Москва: Дашков и К, 2017. — 276 с. — ISBN 978-5-394-01961-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93410> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М.. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93311> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Дробышева, Л. А.. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А.. — 5-е изд. . — Москва: Дашков и К, 2017. — 152 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2. Информационное и программное обеспечение

Интернет-ресурсы:

1. Маркетинг: журнал. — Москва: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2003-2019. - URL: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8818 (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.

2. Маркетолог: международный профессиональный журнал. — Москва: 2005-2019. — URL: <http://www.marketolog.ru> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.

3. Маркетинг в России и за рубежом: научно-практический журнал. — Москва: Финпресс, 1999-2019. URL: <http://www.mavriz.ru/about/> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.

4. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 14.05.2019). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

Используемое лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Google Chrome;
3. Mozilla Firefox ESR;
4. Zoom Zoom