

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Департамент научно-технологической политики и образования
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Менеджмент в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор ИЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

«20»

05



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

«20»

05



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе
ФГОС ВО

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(код наименования)

Направленность Экспорт продукции агропромышленного комплекса
Курс 1

Семестр 1

Форма обучения очная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2019

Составители: Чепалова К. В., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 05 2019 г.

Рецензент: * Мартынова Т. А., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 05 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению
38.04.02 Менеджмент

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 9 «15» 05
2019 г.

Зав. кафедрой кандидат наук, доцент Далимова Н. А.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 05 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ, а также внутренние структуры.

Составители: Чепелева К. В., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 05 2019 г.

Рецензент: * Мартынова Т. А., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 05 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению
38.04.02 Менеджмент

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 9 «15» 05
2019 г.

Зав. кафедрой канд. экон. наук, доцент Дамисова Н. А.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

[Подпись] «15» 09 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ, а также внутренние структуры.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	5
1.1. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ТРЕБОВАНИЯ	5
1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	6
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.2. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	11
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы</i>	12
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	12
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
6.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
6.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	13
6.3 ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"	14
6.4 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	14
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	16
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	18
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	19
ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД	20
<i>Изменения</i>	20

Аннотация

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» входит в *Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть дисциплин по выбору* (раздел Б1.В.ДВ.02.02) подготовки студентов ФГОС ВО по направлению подготовки по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Экспорт продукции агропромышленного комплекса». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой «Менеджмент в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

Цель изучения дисциплины «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» – ознакомление с основными особенностями применения концепции маркетинга инноваций – одного из новейших направлений в теоретических исследованиях и практике хозяйствования; приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга в условиях рынка инноваций, высокого риска и недостатка информации.

Задачами изучения дисциплины являются:

- ознакомление с базовыми понятиями и основополагающими принципами маркетинга в инновационной сфере;
- формирование прикладных знаний в области использования форм и методов маркетингового управления организацией;
- формирование навыков креативной реализации теоретических и прикладных знаний маркетинга в инновационной деятельности на предприятии.

Содержание дисциплины охватывает следующий перечень вопросов:

Модуль 1. Маркетинг в системе управления инновациями в сфере АПК.

Модуль 2. Маркетинговый комплекс товара-инновации в АПК

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента и т.д.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (14 часов, в т.ч. 4 интерактивных) и практические занятия (28 часов, в т.ч. 10 интерактивных), 102 часа самостоятельной работы студента.

1. Требования к дисциплине

1.1. Внешние и внутренние требования

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры), направленность «Экспорт продукции АПК», включена в ФГОС ВО в профессиональный цикл вариативной части дисциплин по выбору студента (код дисциплины Б1.В.ДВ.02.02).

Реализация в дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) направленность «Экспорт продукции АПК» должна формировать следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

– способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

1.2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору студента.

Процесс обучения включает в себя курс лекционных и практических занятий. Студентам необходимо совершенствовать полученные на практических занятиях знания посредством самостоятельной работы и изучения дополнительной литературы, которая указана в программе.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Компетенции, формируемые в результате освоения.

Актуальность и практическая важность изучения курса «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» определяются высокой скоростью технических и технологических изменений на современных рынках. Знание особенностей маркетинга инновационных продуктов, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления, умение использовать адекватные управленческие инструменты с целью успешной коммерциализации инноваций являются актуальными для успешной деятельности высокотехнологичных секторов.

Изучение курса должно способствовать развитию современного маркетингового мышления и практических навыков маркетинговой деятельности с учетом особенностей высокотехнологичных рынков.

Основными целями курса являются: ознакомление с основными особенностями применения концепции маркетинга инноваций – одного из новейших направлений в теоретических исследованиях и практике хозяйствования; приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга в условиях рынка инноваций, высокого риска и недостатка информации.

Задачами преподавания дисциплины являются:

- ознакомление с базовыми понятиями и основополагающими принципами маркетинга в инновационной сфере;
- формирование прикладных знаний в области использования форм и методов маркетингового управления организацией;
- формирование навыков креативной реализации теоретических и прикладных знаний маркетинга в инновационной деятельности на предприятии.

В процессе достижения указанных целей и задач, магистры должны приобрести следующие компетенции:

Знать:

- принципы и особенности маркетинга новых продуктов и технологий;
- методы тактического инновационного маркетинга, ценообразования, продуктовой политики, интернет-маркетинга.

Уметь:

- выполнять мероприятия по продвижению нового продукта на рынок;
- выполнять маркетинговые исследования, сбор информации о конкурентах на рынке новой продукции, анализ конкурентной среды;
- разрабатывать маркетинговые стратегии по выведению новых продуктов на рынок.

Владеть:

- методами анализа поведения потребителей;
- методами анализа конкурентной среды;

- методами разработки маркетинговых стратегий;
- методами маркетинговых исследований;
- методами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;
- методами стратегического планирования;
- методами разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий.

Согласно ФГОС ВО процесс изучения дисциплины «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» направлен на формирование следующих компетенций: (ОК-2); (ПК-2).

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 144 часа, их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 1.

Таблица 1

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 1	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	4	144	144	
Контактная работа:	1,6	42	42	
Лекции (Л)		14	14	
Практические занятия (ПЗ)		28	28	
Семинары (С)		-	-	
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	
Самостоятельная работа (СРС)	2,4	102	102	
в том числе:				
курсовая работа (проект)		-	-	
тестирование		10	10	
изучение теоретического курса		36	36	
тематический доклад на конференцию		16	16	
презентация проектного задания		10	10	
самоподготовка к промежуточному контролю знаний		31	31	
подготовка к зачету		9	9	
Вид контроля			зачет с оценкой	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Таблица 2

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	

1.	Маркетинг в системе управления инновациями в сфере АПК	68	6	12	50	тематическая конференция, презентация проектного задания, тестирование.
2.	Маркетинговый комплекс товара-инновации в АПК	76	8	16	52	тематическая конференция, презентация проектного задания, тестирование.
3.	ВСЕГО:	144	14	28	102	зачет с оценкой

4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Маркетинг в системе управления инновациями в сфере АПК	68	6	12	50
1. Маркетинг в инновационной деятельности предприятия	24	2	4	18
2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	24	2	4	18
3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	20	2	4	14
Модуль 2. Маркетинговый комплекс товара-инновации в АПК	76	8	16	52
2.1 Товар-инновация в комплексе маркетинга	18	2	4	12
2.2 Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	20	2	4	12
2.3 Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций	18	2	4	14
2.4 Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	19	2	4	14
ИТОГО:	144	14	28	102

4.3. Содержание модулей дисциплины

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Маркетинг в системе управления инновациями в сфере АПК		зачет с оценкой	6

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	1. Маркетинг в инновационной деятельности предприятия	Лекция № 1. Маркетинг в инновационной деятельности предприятия		2
	2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	Лекция № 2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга		2
	3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	Лекция № 3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций		2
	Модуль 2. Маркетинговый комплекс товара-инновации в АПК		зачет с оценкой	8
2.	4. Товар-инновация в комплексе маркетинга	Лекция № 4. Товар-инновация в комплексе маркетинга		2
	5. Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	Лекция № 5. Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций		2
	6. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций	Лекция № 6. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций		2
	7. Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	Лекция № 7. Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов		2
3.	Итого:			14

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Маркетинг в системе управления инновациями в сфере АПК			12
	1. Маркетинг в инновационной деятельности	Занятие № 1. Маркетинг в инновационной деятельности предприятия	тематическая конференция	4

³ Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
	предприятия			
	2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	Занятие № 2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	презентация проектного задания	4
	3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	Занятие № 3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	презентация проектного задания	4
2.	Модуль 2. Маркетинговый комплекс товара-инновации в АПК			16
	4. Товар-инновация в комплексе маркетинга	Занятие № 4. Товар-инновация в комплексе маркетинга	тематическая конференция	4
	5. Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	Занятие № 5. Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	презентация проектного задания	4
	6. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций	Занятие № 6. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций	презентация проектного задания	4
	7. Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	Занятие № 7. Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	презентация проектного задания	4
3.	Итого:			28

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Рекомендуются следующие формы организации самостоятельной работы студентов:

- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к студенческим конференциям;
- выполнение проектных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);
- подготовка к зачету с оценкой.

Самостоятельная работа студентов регламентируется графиком учебного процесса и самостоятельной работы. По дисциплине «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» учебным планом предусмотрено 102 часа на самостоятельную работу.

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ⁴ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Маркетинг в системе управления инновациями			50
	1. Маркетинг в инновационной деятельности предприятия	Нововведение как объект маркетингового управления Роль маркетинга в инновационной деятельности предприятий (Тематический доклад на конференцию)	тематическая конференция	11
	2. Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	Функции маркетинга в фазах развития нововведений (Исследовательский проект)	презентация проектного задания	8
	3. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	Занятие № 3. Ценовой прием управления инновацией Фронтинирование рынка (Исследовательский проект)	презентация проектного задания	8
2.	Самоподготовка к промежуточному контролю			14
3.	Тестирование			5
4.	Подготовка к зачету с оценкой			4
5.	Модуль 2. Маркетинговый комплекс товара-инновации			52
	4. 1 Товар-инновация в комплексе маркетинга	Мотивация создания, продажи и покупки инноваций Особенности анализа спроса на инновации (Тематический доклад на конференцию)	тематическая конференция	13
	5. Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	Особенности ценообразования на инновационную продукцию Ценовая политика на рынке инноваций (Исследовательский проект)	презентация проектного задания	4
	6. Маркетинговые коммуникации в	Коммерческая и некоммерческая формы продвижения технологий	презентация проектного	4

⁴ Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ⁴ контрольного мероприятия	Кол-во часов
	продвижении инноваций	Позиционирование инновационного продукта на рынке (Исследовательский проект)	задания	
	7. Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	Стратегии распределения Варианты построения канала сбыта наукоемкой продукции (Исследовательский проект)	презентация проектного задания	4
6.	Самоподготовка к промежуточному контролю			17
7.	Тестирование			5
8.	Подготовка к зачету с оценкой			5
9.	Итого:			102

Задания на самостоятельную работу и ссылки на методические материалы, которые необходимо использовать при выполнении работы, выдаются преподавателем. Сдача заданий на проверку осуществляется в установленный преподавателем срок.

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Таблица 7

Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

№ п/п	Темы контрольных работ	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
1		

Курсовые проекты (работы)/контрольные работы не предусмотрены учебным планом

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ОК-2	-	3,4,5	3,4,5		Зачет с оценкой
ПК-2	-	1,2,6,7	6,7		Зачет с оценкой

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Балабанов В. С. Инновационный менеджмент [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. С. Балабанов, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников ; Рос. акад. предприним. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : Элит, 2014. - 245 с.

2. Баранчеев В.П. Управление инновациями [Текст]: учебник для бакалавров / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2012. – 710 с.
3. Бронникова Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. - 4-е изд., стер. - М. : КноРУС, 2013. - 207 с.
4. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник / М. Н. Григорьев . - 4-е изд., доп. - М. : Юрайт, 2012. - 464 с.
5. Закшевская Е. В. Маркетинг [Текст]: учебное пособие / Е. В. Закшевская [и др.]; Ассоциация «Агрообразование». - Москва : КолосС, 2012. – 246 с.
6. Ковалева И. В. Маркетинг [Текст] : учебно-методическое пособие / М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Алт. гос. аграр. ун-т, Каф. товароведения и маркетинга ; сост.: И. В. Ковалева, Е. В. Краснов, Ю. В. Хренова. - Барнаул : АГАУ, 2012. - 110 с.
7. Мухамедьяров А. М. Инновационный менеджмент [Текст]: учебное пособие / А. М. Мухамедьяров. - 3-е изд. - Москва : ИНФРА- М, 2014. - 189 с.
8. Сеницына О. Н. Маркетинг [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Менеджмент" / О. Н. Сеницына. - М. : КноРУС, 2014. - 210 с.
9. Чарльз Д. Шив Курс MBA по маркетингу : пер. с англ. / Чарльз Д. Шив, Александр У. Хайэм. - 4-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2012. - 716 с.
10. Чепелева К.В. «Основы маркетинговой деятельности: теория и практика» учебное пособие / К.В. Чепелева. – Германия, Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co.KG, 2012. – 154 С.
11. Чепелева К.В. Маркетинг инноваций: метод. указания для организации самостоятельной работы студентов магистратуры направления подготовки 080200.68 «Менеджмент», программы «Производственный менеджмент»/ сост.: К.В. Чепелева; Красноярский гос. аграрный. ун-т. – Красноярск, 2013.
12. Чепелева К.В. Маркетинг наукоемкой продукции: учебное пособие / К.В. Чепелева. – Германия, Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co.KG, 2013. – 154 С.

6.2. Дополнительная литература

13. Барбашин Е. А. Инновационные методы управления социально-экономическими системами [Текст] : учебное пособие / [Е. А. Барбашин и др.] ; Курская гос. с.-х. акад. - Курск : КГСХА, 2014. - 353 с.
14. Голубков, Е. П. Инновационный маркетинг как инструмент перевода экономики России на новый путь развития [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - № 1. - С. 18-30.
15. Дуплина Т. Т. Управление и маркетинг в АПК [Текст] : курс лекций / Курская гос. с.-х. акад. ; сост.: Т. Т. Дуплина, В. В. Дуплин, А. Е. Гусев. - Курск : КГСХА, 2012. - 105 с.
16. Моосмюллер Г. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст]: учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 198 с.
17. Некрашевич С. И. Маркетинг и ценообразование [Текст] : курс лекций для студентов / С. И. Некрашевич, З. А. Тоболич, С. И. Артеменко ; М-во сел. хоз-ва и прод. Республики Беларусь, Гл. упр. образов., науки и кадров, Белорус. гос. с.-х. акад. - Горки : БГСХА, 2014. - 145 с.

Зарубежная литература

18. Strategic market creation: a new perspective on marketing and innovation management / Ed. by Tollin K., Caru A. – Chichester: John Wiley & Sons, 2008. – 439.
19. Birgitta Sandberg (2008), Managing and marketing radical innovations: marketing new technology, Routledge, 288.

20. John Hauser, Gerard J. Tellis, Abbie Griffin (2005), Research on Innovation: A Review and Agenda for Marketing Science, Marketing Science, Vol. 25, No. 6, November-December 2006, pp. 687-717

Периодические издания, деловые журналы и газеты:

<p>Печатные СМИ Научно-практические журналы: Маркетинг-менеджмент Практический маркетинг Маркетинг в России и за рубежом Маркетинг и маркетинговые исследования</p>	<p>Деловые журналы и газеты: Секрет фирмы Эксперт Компания Ведомости Коммерсант</p>
---	---

6.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
 - Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
 - Электронная библиотечная система «AgriLib» http://ebs.rgazu.ru/
 - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RUelibrary.ru
- Информационные справочные системы:
- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
 - Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.4 Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
2. Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).
4. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).
5. Программное обеспечение для проведения маркетинговых исследований и принятия бизнес-решений KonSi: SWOT Analysis, Price Benchmarking, Assortment Optimization, Data Envelopment Analysis, Anketter for Positioning Brands, Segmentation, Simple Anketter, FOREXSAL, Fishbone Ishikawa Diagram (Лицензия).
6. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО)

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмент в АПК Направление подготовки (специальность) 38.04.02 «Менеджмент»

Дисциплина Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе

Общая трудоемкость дисциплины : лекции _____ час.; лабораторные работы _____ час.; практические занятия _____ час.;

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Лекции, практические занятия	Инновации в маркетинге: учебно-методическое пособие	Н. Е. Кубина	Калининград: БФУ им. И.Канта	2011		+	+			ЭБС Лань https://e.lanbook.com/book/13137
	Коммерциализация и маркетинг инноваций: монография	Т. Л. Короткова, А. В. Власов	Москва : Креативная экономика	2012		+	+			ЭБС Лань https://e.lanbook.com/book/3991
	Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций: учебное пособие	Д. Ю. Миронова	Санкт-Петербург: НИУ ИТМО	2015		+	+			ЭБС Лань https://e.lanbook.com/book/71074

Зав. библиотекой

Председатель МК

Зав. кафедрой

Сам

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Контроль знаний обучаемых включает формы текущего и промежуточного контроля.

Текущий контроль осуществляется на протяжении изучения всех разделов, составляющих учебный курс дисциплины. В рамках текущего контроля оцениваются работа на семинарских занятиях, которая включает: подготовку к теоретическим и аналитическим вопросам, вынесенным на семинарское занятие, выполнение практических заданий.

Текущий контроль в форме оценки работы обучаемого выставляется на основе балльной шкалы. По результатам текущего контроля предполагается организация индивидуальных или групповых консультаций в рамках работы с преподавателем дисциплины.

Промежуточный контроль предполагает оценку знаний слушателей в виде подготовки докладов на тематическую конференцию, выполнения тестовых заданий, проектных заданий.

Программой предусматривается сдача зачета с оценкой в качестве формы итогового контроля знаний. Для сдачи итогового зачета магистру необходимо ответить на два теоретических вопроса и решить аналитическую задачу (кейс).

Вопросы для итогового контроля знаний по дисциплине «Маркетинг инноваций»

1. Маркетинг инноваций: особенности концепции, опыт применения в современных условиях в сфере АПК.
2. Рынок инноваций и его особенности в АПК. Функции маркетинга в научно-технической сфере.
3. Нововведение как объект маркетингового управления в сфере АПК.
4. Жизненный цикл инновации в АПК: задачи маркетинга.
5. Роль маркетинга в инновационной деятельности предприятий сферы АПК.
6. Задачи маркетинговых исследований в создании инноваций в сфере АПК.
7. Этапы разработки и реализации инноваций в сфере АПК.
8. Функции маркетинга в фазах развития нововведений в сфере АПК.
9. Бенчмаркинг.
10. Бренд-стратегия.
11. Инжиниринг инноваций.
12. Ценовой прием управления инновацией.
13. Фронтирование рынка.
14. Товар (инновация), содержание и свойства в сфере АПК.
15. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций в сфере АПК.
16. Особенности поведения потребителей на инновационных рынках АПК.
17. Особенности анализа спроса на инновации в сфере АПК.
18. Роль цены в теории и практике конкуренции.
19. Особенности ценообразования на инновационную продукцию в сфере АПК.
20. Ценовая политика на рынке инноваций в сфере АПК.
21. Маркетинговые коммуникации и их виды.

22. Коммуникационный процесс и его содержание.
23. Особенности продвижения инновационного продукта в сфере АПК.
24. Способы продвижения, коммерциализации инноваций на российский и/или зарубежный рынок в сфере АПК
25. Коммерческая и некоммерческая формы продвижения технологий в сфере АПК.
26. Разработка концепции нового товара и его продвижение.
27. Позиционирование инновационного продукта на рынке в сфере АПК.
28. Принципы формирования каналов распределения.
29. Стратегии распределения.
30. Варианты построения канала сбыта наукоемкой продукции в сфере АПК.

Критерии оценивания ответов студента на устные вопросы зачета с оценкой:

Распределение рейтинговых баллов по результатам ответа студента на зачете проводится следующим образом:

«отлично» - 36 баллов. Студент дает развернутый ответ на три вопроса, свободно оперирует специальными терминами и понятиями дисциплины, изложение теоретического материала сопровождается практическими примерами из отечественной и зарубежной практики управления рисками, демонстрирует понимание и оценочное суждение о методологических основах оценки риска, показывает способность учитывать особенности применения различных инструментов и методов управления рисками.

«хорошо» - 24 баллов. Студент дает ответ на три вопроса, демонстрирует знание специальных терминов и понятий дисциплины, показывает свою способность использовать различные источники информации и обоснование выбора подходов и методов управления рисками, ориентируется в системе современных инструментов и методов управления рисками.

«удовлетворительно» - 12 баллов. Студент при ответе на три вопроса показывает, что обладает необходимой системой знаний управления рисками и владеет некоторыми умениями по дисциплине, демонстрирует способность понимать и интерпретировать освоенную информацию применительно к отдельным аспектам управления рисками.

«неудовлетворительно» - 0 баллов. Студент затрудняется с ответом на заданные вопросы, демонстрирует непонимание специальных терминов и понятий дисциплины, показывает отсутствие сформировавшейся системы знаний об инструментах и методах управления рисками.

Баллы, полученные на промежуточной аттестации – зачет с оценкой, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и выводится итоговый результат: 5 (отлично) - 87-100 баллов; 4 (хорошо) - 73-86 баллов; 3 (удовлетворительно) - 60-72 баллов; 2 (неудовлетворительно) - 0-59 баллов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB.

9. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения дисциплины

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» читается в одном календарном модуле и содержит 2 дидактических раздела (модуля).

Реализации компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в размере 4 часов – лекционные занятия и 10 часов – практические занятия в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Интерактивная лекция предусматривает использование презентации и обсуждение рассматриваемых вопросов в непосредственном контакте с обучающимися.

Интерактивное занятие предусматривает участие обучающихся в процессе рассмотрения теоретических и практических вопросов и проблем по тематике занятия, в том числе разработку рекомендаций по решению выявленных проблем.

Практические занятия проходят в форме дискуссий (по вопросам подготовки к практическим занятиям). Кроме того, регулярно проводится анализ оригинальных научных статей, на основе материалов которых изучаются современные тенденции в макроэкономической науке и наиболее важные вопросы, вызывающие наибольший научный интерес у ученых-экономистов.

В течение семестра магистры готовят исследовательские проекты, представляющие собой самостоятельный (или в группе) теоретический и эмпирический анализ определенной макроэкономической проблемы. По итогам работы над проектами, студенты готовят рефераты, представляющие собой презентацию результатов собственных исследований, проведенного в исследовательском проекте, и анализа научных статей.

При подготовке и проведении контрольных работ по дисциплине предполагается сочетание теоретических и практических методов исследования обучающихся на основе принципов преемственности, интеграции и практического применения.

Особенности организации самостоятельной работы студентов:

Для получения углубленных знаний по изучаемой дисциплине, для самостоятельной работы студентов рекомендуется использовать Moodle по дисциплине «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе», электронные учебники и электронные энциклопедии (например, свободная энциклопедия Википедия - <http://ru.wikipedia.org>).

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет с оценкой, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач, зачет с оценкой по дисциплине может быть заменен тестированием.

10. Образовательные технологии

Таблица 10

Название раздела дисциплины или отдельных тем	Вид занятия	Используемые образовательные технологии	Часы
Основные фазы разработки и реализации инноваций: задачи маркетинга	Л	Технология проектного обучения	2
Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	ПЗ	Технология проектного обучения	2
Ценообразование в комплексе маркетинга инноваций	ПЗ	Технология проектного обучения	4
Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационных продуктов	Л	Технология учебной деловой игры	2
Маркетинговые коммуникации и продвижение инноваций	ПЗ	Технология проектного обучения	4
Итого в интерактивной форме:			14

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
10.03.20	п 6 Учебно – методическое и информационное обеспечение дисциплины. п 8 Материально – техническое обеспечение дисциплины.	Рабочая программа актуализирована с учетом ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент. Внесены ежегодные обновления: карта обеспеченности литературой, перечень лицензионного программного обеспечения, обновлены перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет». Обновлен раздел Материально – техническое обеспечение дисциплины	Изменения в рабочей программе рассмотрены и утверждены на заседании кафедры Менеджмент в АПК 05.03.20г. протокол №7 Изменения рассмотрены и утверждены на заседании методической комиссии ИЭиУ АПК 10.03.20 протокол №7

Зав кафедрой:



Н.А. Далисова

Председатель Методической комиссии института



Л.А. Белова

Рецензия
на рабочую программу дисциплины
«Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе»
для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» направленность
«Экспорт продукции агропромышленного комплекса»

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» направленность «Экспорт продукции агропромышленного комплекса» составлена в соответствии с Федеральным компонентом Государственного стандарта ВО.

В данной программе определены цели и задачи данной учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить магистры, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым они должны обладать по каждой из перечисленных тем.

Основной целью курса является развитие современного маркетингового мышления и практических навыков маркетинговой деятельности с учетом особенностей высокотехнологичных рынков в сфере АПК.

Согласно программе основными задачами курса являются: ознакомление с основными особенностями применения концепции маркетинга инноваций – одного из новейших направлений в теоретических исследованиях и практике хозяйствования; приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга в условиях рынка инноваций, высокого риска и недостатка информации.

Программа содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть магистр; показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к минимуму содержания и уровню подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Рецензент:
Директор
ООО «КРЕСТЬЯНЕ»
канд. экон. наук



Т.А. Мартынова