

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"31"03. 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"31"03. 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Маркетинг инноваций
ФГОС ВО**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Маркетинг и цифровые коммуникации»

Курс 1

Семестр (ы) 2

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2022

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«17» 03 2022 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент» профессиональным стандартам:

Профессиональный стандарт Маркетолог № 366н от 04.06.2018 (08.035) Профессиональный стандарт Специалист по интернет-маркетингу № 95н от 19.02.2019 (06.043)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» 03. 2022 г.

Зав. кафедрой Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент «17» 03 2022г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 7 «21» 03 2022 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«21» 03 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

«21» 03 2022 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	4
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	6
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	8
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>8</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>8</i>
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>9</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....</i>	<i>9</i>
<i>Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы</i>	<i>9</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	9
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	9
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	10
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	10
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.0
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
<i>Изменения</i>	<i>151</i>

Аннотация

Дисциплина «Маркетинг инноваций» является к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и цифровые коммуникации». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции: (ПК-4).

Содержание дисциплины обеспечит обучающихся практическими знаниями, необходимыми для оценки, продвижения и управления инновационными продуктами. Для этого предполагается сформировать понимание того, какие факторы должны учитываться при работе с инновационными продуктами, включая риски и выгоды от включения инноваций в портфолио продуктов компании, понимание поведения потребителей и его влияния на принятие и диффузию инноваций, тактические знания, необходимые для вывода и управления новым продуктом.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

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

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 18 часов, практические 18 часа, самостоятельная работа студента (72 часа).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг инноваций» включена в ОПОП, к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули).

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Методы поиска проектных решений.
2. Стратегические подходы к коммерциализации инноваций на рынке.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Маркетинг инноваций» является: является формирование у обучающихся понимания технического и коммерческого потенциала научной разработки, навыков подготовки технической и экономической документации по проекту, управления конкурентоспособностью на рынке.

Задачи дисциплины:

- изучить аспекты инновационного бизнеса высокотехнологичной продукции, основы концепции маркетинга инноваций и его современный механизм в отраслях высоких технологий;
- определить наиболее эффективные инструменты маркетинга наукоемких изделий;
- выработать инструменты внедрения инноваций в технологичных отраслях;
- оценить эффективность маркетинговой деятельности, а также формы организации маркетинга в инновационной компании.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4 Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды	ПК4.ИД-1 - Идентифицирует факторы определяющие конкурентоспособность организации в бизнес-среде;	Знать: - инструменты стратегического и оперативного маркетинга инноваций и дальнейшего развития инновационных продуктов. Уметь: - использовать приемы и методы маркетинга инноваций для оценки экономической ситуации, связанной с научно-техническим прогрессом и инновационной деятельностью. Владеть: - навыками коммерциализации инноваций на всех этапах жизненного цикла проекта.
	ПК4. ИД-3 - Формирует стратегические планы освоения новых рынков в конкурентной среде.	

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№2
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа	1	36	36
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Самостоятельная работа (СРС)	2	72	72
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		42	42
самоподготовка к текущему контролю знаний		21	21
подготовка и сдача зачета		9	9
Вид контроля:			зачет

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая	46	8	8	30	опрос, задания, кейс
2	Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса.	62	10	10	42	
	Итого	108	18	18	72	Зачет

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.

Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.

Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.

Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса.

Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.

Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.		коллоквиум	8/2
	Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	Лекция 1 - Специфика рынка инновационной продукции (лекция-беседа)	опрос	1/1
		Лекция 2 - Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса (лекция-беседа)	опрос	1/1
	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Лекция 1 – Холистический маркетинг — путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса.	опрос	1
		Лекция 2 – Социально-	опрос	1

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.		
2.	Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологического бизнеса.		коллоквиум	10/4
	Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.	Лекция 1 – Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса	опрос	2
		Лекция 2 – Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.	опрос	4\2
	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Лекция 1 – Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов.	опрос	4
		Лекция 2 – Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций.	опрос	2
	Итого		Зачет	18/6

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 контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.		кейс, тестирование	8/2
	Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	Занятие № 1. Специфика рынка инновационной продукции	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса	Практическое задание	2
	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Занятие № 1. Холистический маркетинг — путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса.	Практическое задание	2/2
		Занятие № 2. Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.	Практическое задание	4
2.	Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологического бизнеса.		кейс, тестирование	10/4
	Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.	Занятие №1 Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса	Практическое задание	4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Занятие № 2 Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.	Практическое задание	4/4
	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Занятие №1 Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов.	Практическое задание	8
		Занятие №2. Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций.	Практическое задание	6
	Итого		Зачет	18/6

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

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	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая			20
1	Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в экономике. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций.	8
2	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Маркетинговый «портрет» высокотехнологичных инноваций. Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Методология исследования конкурентоспособности новой продукции на основе концепции маркетинга инноваций. Роль информационных технологий в маркетинговом сопровождении и анализе конкурентоспособности инноваций. Ассортиментная политика фирм-новаторов.	12
Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса.			22
3	Модульная единица 1 Система товародвиже-	Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга иннова-	16

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
	ния и сбыта инновационной продукции.	ций. Механизм маркетинга новаций. Роль стратегического маркетинга при создании инноваций. Методы анализа рынка и текущего планирования маркетинга инновационной продукции. Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей.	
4	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Методы неценовой конкуренции	6
подготовка к текущему контролю знаний			21
подготовка к зачету			9
ВСЕГО			72

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

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК – 4 Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические ситуации, зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «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.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Дисциплина «Маркетинг инноваций»

Вид занятия	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
	<i>Основная литература</i>									
Лекции, практические занятия	Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов	Короткова, Т. Л.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/bcode/491318/p.117-160
Лекции, практические занятия	Маркетинг инноваций	Молчанов Н.Н.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/bcode/492053
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

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

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Маркетинг инноваций»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	46	40
2	Модуль № 2	62	40
	Зачет		20
	Итого	108	100

• Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуацион- ные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (зачет)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим зачет с оценкой или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1-41 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). 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, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 2 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;

- решение ситуационных задач;
- кейсов;
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья слуху:
 - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Маркетинг инноваций»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина "Маркетинг инноваций" является элементом обязательной части учебного плана по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области менеджмента с целью выработки экономических и административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине "Маркетинг инноваций" по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Лобков Константин Юрьевич
канд.экон.наук, доцент,
директор института Инженерной экономики
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф.Решетнева

