

Документ подписан в соответствии с
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.06.2022 12:04:22
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Российский университет дружбы народов»

Инженерная академия

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг инновационных продуктов

(наименование дисциплины)

По направлению подготовки

27.04.05 Инноватика

(код и наименование направления подготовки)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Управление инновациями

(наименование (направленность/профиль) ОП ВО)

Форма обучения: **очная и заочная**

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является получение знаний, умений, навыков и опыта деятельности в области маркетинга инновационных продуктов, характеризующих этапы формирования компетенций и обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-2	Способен формулировать задачи управления в технических системах и обосновывать методы их решения	ОПК-2.1. Выбирает оптимальные методы решения задач управления в технических системах способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла ОПК-2.2. Грамотно формулирует задачи управления в технических системах
ПК-2	Способен найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности	ПК-2.1. Демонстрирует знания оценки качества, стоимости и конкурентоспособности инновационного продукта или услуги

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина относится к вариативной компоненте обязательной части блока 1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины, способствующие достижению запланированных результатов освоения данной дисциплины.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/ практики*	Последующие дисциплины/ практики*
ОПК-2	Способен формулировать задачи управления в технических системах и обосновывать методы их решения	Современные проблемы теории управления; Экологический менеджмент на инновационных предприятиях; Инновационные технологии природопользования в отраслях промышленности; Оценка эффективности инновационно-инвестиционных проектов; Международное научно-техническое сотрудничество; Теория игр; Аналитическое обеспечение поддержки принятия решения	-
ПК-2	Способен найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности	Современные проблемы теории управления; Экологический менеджмент на инновационных предприятиях; Инновационные технологии природопользования в отраслях промышленности; Оценка эффективности инновационно-инвестиционных проектов; Международное научно-техническое сотрудничество; Теория игр; Аналитическое обеспечение поддержки принятия решения	-

* - в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО (очно)

Вид учебной работы	Всего	По семестрам			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36	36			
В том числе:					
Лекции (ЛК)	18	18			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Семинарские занятия (СЗ)	18	18			
Самостоятельная работа обучающегося (СР), ак.ч.	72	72			
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	-	-			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО (заочно)

Вид учебной работы	Всего	По семестрам			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36				
В том числе:					
Лекции (ЛК)	18	6			
Лабораторные работы (ЛР)	-				
Семинарские занятия (СЗ)	18	8			
Самостоятельная работа обучающегося (СР), ак.ч.	72				
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	-				
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108			
	зач.ед.	3			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Виды учебной работы
Раздел 1 Теория инновационного маркетинга	Тема 1.1. Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга Тема 1.2. Маркетинг и инновационная деятельность в условиях рынка Тема 1.3. Развитие инноваций на рынке	ЛК, СЗ, СР
Раздел 2 Практика развития инноваций в инновационном маркетинге	Тема 2.1. Маркетинговые продвижения инноваций Тема 2.2. Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга Тема 2.3. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях Тема 2.4. Методы генерации идей в организации	ЛК, СЗ, СР

* - ЛК – лекция, ЛР – лабораторные работы, СЗ – семинарские занятия; СР – самостоятельная работа

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций	-
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	-

	промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций	
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС	-

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

- 1) Карпова С.В. и др. Инновационный маркетинг: Учебник для вузов / под общей редакцией Карповой С.В. 2-е изд. М.: Издательство Юрайт. 2021. 474 с. Электронный ресурс. <https://urait.ru/bcode/468986>
- 2) Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Финуниверситет. М.: Юрайт. 2014. 431 с. Электронный ресурс. <https://www.biblio-online.ru>
- 3) Короткова Т.Л. Маркетинг инноваций: Учебник и практикум для академического бакалавриата / 2-е изд. М.: Юрайт, 2021. 272 с.
- 4) Молчанов Н.Н. и др. Маркетинг инноваций: Учебник и практикум для академического бакалавриата. В 2-х частях/ под общ. ред. Молчанова Н.Н. М.: Юрайт, 2021. 257 с.
- 5) Синяева О.М., Романенкова О.Н. Маркетинг инноваций в практика: монография / М.: Маркетинг, 2021. 188 с.

Дополнительная литература:

- 1) Вертакова Ю.В., Согачева О.В. Исследование социально-экономических и политических процессов: уч. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и экономических специалистов / М.: КноРус. 2009. 336 с. Электронный ресурс. <https://www.book.ru/>
- 2) Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / 2-е изд. М.: Издательство Юрайт. 2017. 570 с. Электронный ресурс. <https://www.biblio-online.ru>
- 3) Синяева И.М. и др. Интегрированные продуктовые коммуникации: Учебник / М.: Юнити. 2012. 504 с. Электронный ресурс. <http://biblioclub.ru/>
- 4) Романенкова О.Н. и др. Интернет-Маркетинг инновационных продуктов: Учебник для академического бакалавриата по экономическим направлениям и специальностям / Финуниверситет. под общ. ред. Романенковой О.Н. М.: Юрайт. 2015. 288 с. Электронный ресурс. <https://www.biblio-online.ru>
- 5) Спиридонова Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / М.: Издательство Юрайт. 2021. 298 с. ISBN 978-5-534-06608-1. Электронный ресурс. URL: <https://urait.ru/bcode/474270>
- 6) Лавриненко В.Н., Путилова Л.М. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебник для бакалавров / 3-е изд. М.: Издательство Юрайт. 2016. 251 с. Электронный ресурс. <https://www.biblio-online.ru>
- 7) Жильцова О.Н. и др. Маркетинг инновационных продуктовые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. Жильцовой О.Н. М.: Издательство Юрайт. 2017. 458 с. Электронный ресурс. <https://www.biblio-online.ru>
- 8) Бугакова Н.П. и др. Поведение потребителей: Учебник для студентов вузов по направлению "Менеджмент" / Финуниверситет. под ред. Романенковой О.Н. М.: Вузовский учебник. 2015. 320 с. ЭБС ZNANIUM
- 9) Тавокин Е.П. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие / М.: ИНФРА-М. 2012. 216 с.
- 10) Зубец А.Н. Потребительское поведение на финансовых рынках России / под ред. Зубца А.Н. М.: Экономика. 2007. 271 с.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 1) Электронно-библиотечная система (ЭБС) РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
 - ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
 - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»
 - 2) Базы данных и поисковые системы:
 - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
 - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
 - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
 - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>
 - 3) Сайты профильных министерств и ведомств:
 - <https://www.mos.ru/mka/>
 - <http://www.minstroyrf.ru/>

Учебные и учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины:*

- 1) Курс лекций по дисциплине.

* - все учебные и учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины в телекоммуникационной учебно-информационной системе (ТУИС) РУДН

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН

Разработчик:


Доцент департамента инновационного менеджмента
в отраслях промышленности, д.э.н., д.полит.н., профессор



Д.Н. Ермаков

Руководитель базового учебного подразделения:

Директор департамента инновационного менеджмента
в отраслях промышленности, к.т.н., с.н.с.



О.Е. Самусенко

Руководитель ОП ВО:

Доцент департамента инновационного менеджмента
в отраслях промышленности, к.э.н., доцент



Ю.А. Назарова