

Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Маркетинг

Форма обучения
очная

Гатчина
2018

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг инноваций» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) образовательной программы – Маркетинг

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга
_____/Левизов В. А.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга «27» августа 2018г. Протокол № 1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой _____ /Левизов В.А.

Руководитель ОП _____ / Левизов В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Пояснительная записка.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	9
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования,	10
описание шкал оценивания	10
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	14
7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине	16
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	17
11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	20
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	21

1. Пояснительная записка

Дисциплина «Маркетинг инноваций» занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Выживание на рынке требует постоянного создания и успешного внедрения на рынок новых товаров и услуг. Для сферы Маркетинга особенно важным является успешное использование инновационных бизнес – моделей.

Целями освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» является расширение знаний и приобретение умений в области продвижения инноваций; изучение особенностей маркетинга в инновационной сфере; формирование навыков применения современных методик маркетинга инновационных продуктов.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление студентов с особенностями государственного стимулирования инновационной сферы;
2. Сформировать навыки применения теории решения изобретательских задач;
3. Способствовать развитию у студентов способностей по самостоятельной работе с литературными источниками, а также навыков творческого мышления.

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

Дисциплина «Маркетинг инноваций» участвует в формировании следующих компетенций:

ПК-6. Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<p>Знать: Понятия технологических и продуктовых инноваций; особенности маркетинга инновационных продуктов; цепь создания ценности при разработке инноваций элементы инновационных бизнес-моделей</p> <p>Уметь: Применять методики, входящие в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; определять области, требующие приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p> <p>Владеть: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций; применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>
--	---

ПК-8 Владение навыками документального оформления решений в управлении организационной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: Теоретические аспекты управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления Уметь: Принимать решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями; разрабатывать карту инноваций Владеть: Документального оформления решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; разработки и оформления бизнес-плана при создании инноваций
---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг инноваций» является обязательной дисциплиной вариативной части плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02. «Менеджмент».

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ПК-6	Управление проектами Управление изменениями Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Преддипломная практика
ПК-8.	Управление качеством Управление изменениями Управление операциями Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Преддипломная практика

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг инноваций» составляет 4 зачетных единицы или 144 часа.

Семестр		7
Общая трудоемкость (всего з.ед. / ак. часов)		4
Контактная работа	Лекции	22

	Практические занятия	26
Самостоятельная работа		60
Вид промежуточной аттестации (конт.раб./самост. раб.)	Экзамен	2,5/33,5

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа	
1.	Особенности управления инновациями	36	8	8	20	<p>Сущность и особенности инновационного менеджмента. Классификации инноваций</p> <p>Большие циклы конъюнктуры Н.Д. Кондратьева. Деловые циклы И. Шумпетера. Теория технологических укладов. Государственная поддержка инноваций. Управление инновационными проектами в агентстве DARPA Особенности технологических и продуктовых инноваций</p> <p>Применение теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций</p> <p>Цепь создания ценности при разработке инноваций Применение метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p> <p>Разработка «карты инноваций»</p> <p>Особенности разработки бизнес-плана при создании инноваций Определение показателей, характеризующих эффективность выполнения инновационных проектов. Основные элементы инновационных бизнес-моделей</p> <p>Документальное оформление решений при управлении внедрением технологических и продуктовых инноваций</p>
2.	Инновационный	36	8	8	20	<p>Стратегический и тактический маркетинг инноваций. Жизненный цикл продуктовых</p>

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа	
	маркетинг					инноваций. Процесс создания новых товаров. Выявление узких мест в организации инновационной деятельности Определение приоритетных областей для исследований с точки зрения создания инноваций Брендинг новых товаров.
3.	Маркетинг новых технологий	36	6	10	20	Технологии как товар. Организация маркетинга инновационных продуктов Разработка и внедрение программ в области продуктовых и технологических инноваций Классификация технологий. Трансферт технологий. Франчайзинг. Управление знаниями
	Экзамен	36		2,5	33,5	
	Итого	144	22	28,5	93,5	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. час.	Форма контроля
1	Изучение информации, представленной в рекомендованных источниках и дополнительной литературе по темам лекционных занятий	20	Активность участия в работе на семинарах, устное собеседование
2	Подготовка к практическим занятиям: сбор, систематизация, анализ собранной информации.	20	ситуационные задачи
3	Подготовка к текущему контролю (тестирование, контрольная работа)	20	Тесты, контрольная работа
4	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к экзамену)	33,5	Экзамен

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее методическое обеспечение:

1) Киреев В. С. Маркетинг инноваций: Электронная публикация / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=767187>

2) Секерин В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=937476>

3) Синяева И. М. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / И. М. Синяева. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 166 с. - ISBN 978-5-394-02523-5 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

4) Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Маркетинг инноваций»

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Изучение дисциплины «Маркетинг инноваций» предполагает формирование компетенции:

ПК-6. Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
Управление проектами (5 сем)	Управление изменениями (6 сем)	Маркетинг инноваций (7 сем)	Преддипломная практика (8 сем)
	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (6 сем)		

ПК-8. Владение навыками документального оформления решений в управлении организационной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
Управление качеством (5 сем)	Управление изменениями (6 сем)	Маркетинг инноваций (7 сем)	Преддипломная практика (8 сем)

Управление операциями (5 семестр)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (6 сем)		
-----------------------------------	---	--	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Оценка «неудовлетворительн о» / незачет (0-54 баллов)	Оценка «удовлетворительно» / зачет (55-69 баллов)	Оценка «хорошо» / зачет (70-84 балла)	Оценка «отлично» / зачет (85-100 баллов)
3 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенции	ПК-6	Знания: Понятий технологических и продуктовых инноваций; особенностей маркетинга инновационных продуктов; Цепей создания ценности при разработке инноваций	Не знает основы: Понятия технологических и продуктовых инноваций; Особенности маркетинга инновационных продуктов; Цепей создания ценности при разработке инноваций	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: Понятий технологических и продуктовых инноваций; Особенности маркетинга инновационных продуктов; Цепей создания ценности при разработке инноваций	Знает достаточно в базовом объеме: Понятий технологических и продуктовых инноваций; Особенности маркетинга инновационных продуктов; Цепей создания ценности при разработке инноваций	Демонстрирует высокий уровень знаний: Понятий технологических и продуктовых инноваций; Особенности маркетинга инновационных продуктов; Цепей создания ценности при разработке инноваций

		<p>Умения: Применять методики, входящие в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; Определять области, требующие приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p>	<p>Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки при: Применении методик, входящих в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; Определении областей, требующих приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p>	<p>Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок при: Применении методик, входящих в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; Определении областей, требующих приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p>	<p>Умеет применять знания на практике в базовом объеме при: Применении методик, входящих в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; Определении областей, требующих приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p>	<p>Демонстрирует высокий уровень умений при: Применении методик, входящих в состав теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций; Определении областей, требующих приоритетного исследования при разработке инновационных программ</p>
		<p>Навыки: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций Применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>	<p>Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения навыками: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций Применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>	<p>Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок навыками: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций Применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>	<p>Владеет базовыми приемами и навыками: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций Применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>	<p>Демонстрирует владения на высоком уровне навыками: Участия в программе создания и внедрения продуктовых и технологических инноваций Применения метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p>

3 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенции	ПК-8	Знания: Теоретических аспектов управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления	Не знает основы: Теоретических аспектов управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: Теоретических аспектов управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления	Знает достаточно в базовом объеме: Теоретических аспектов управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления	Демонстрирует высокий уровень знаний: Теоретических аспектов управления внедрением технологических и продуктовых инноваций и их документального оформления
		Умения: Принимать решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями Разрабатывать карту инноваций	Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки при: Применении решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями Разработке карты инноваций	Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок при: Применении решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями Разработке карты инноваций	Умеет применять знания на практике в базовом объеме при: Применении решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями Разработке карты инноваций	Демонстрирует высокий уровень умений при: Применении решения по управлению технологическими и продуктовыми инновациями Разработке карты инноваций
		Навыки: Документального оформления решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных	Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения: Документальным оформлением решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых	Демонстрирует частичные владения без грубых ошибок: Документальным оформлением решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций	Владеет базовыми приемами: Документальным оформлением решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных	Демонстрирует владения на высоком уровне: Документальным оформлением решений при управлении организационной деятельностью организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных

		изменений Разработки и оформления бизнес- плана при создании инноваций	инноваций или организационных изменений Разработкой и оформлением бизнес- плана при создании инноваций	или организационных изменений Разработкой и оформлением бизнес- плана при создании инноваций	изменений Разработкой и оформлением бизнес- плана при создании инноваций	изменений Разработкой и оформлением бизнес- плана при создании инноваций
--	--	--	--	---	--	--

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 1

По дисциплине «Маркетинг инноваций»

Теоретические вопросы:

1. Основные направления государственного регулирования инновационной деятельности.
2. Оценка эффективности затрат на научные исследования и разработки.

Практико-ориентированное задание:

Почему как для экономики СССР, так и для РФ свойственны слабое внимание к внедрению инноваций. Предложите мероприятия по совершенствованию региональной инновационной системы в Ленинградской области, которые бы позволили изменить сложившуюся ситуацию.

Зав.кафедрой «Маркетинга»

д.э.н., доцент Левизов В.А. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 2

По дисциплине «Маркетинг инноваций»

Теоретические вопросы:

1. Волновая и циклическая концепция развития инноваций.
2. Управление процессами создания новых знаний

Практико-ориентированное задание:

Определите чистый приведенный доход, период окупаемости инновационного проекта, если прибыль составит: в 2022 – 500 т.р., в 2023 – 500 т.р. в 2024 – 500 т.р. Капитальные затраты составят: в 2020 – 100 т.р., в 2021 – 500 т.р. Стоимость кредита – 17% в год

Зав.кафедрой «Маркетинга»

д.э.н., доцент Левизов В.А. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 3

По дисциплине «Маркетинг инноваций»

Теоретические вопросы:

1. Большие циклы конъюнктуры Н.Д. Кондратьева.
2. Управление инновационными проектами в агентстве DARPA

Практико-ориентированное задание:

Используйте элементы ТРИЗ для совершенствования процесса обучения в институте.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется балльно-рейтинговая система. Под балльно-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, непосредственно коррелирующаяся с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, лабораторные работы, контрольные работы.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Основные формы: зачет и экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине.

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
<i>Баллы</i>	55-69	70-84	85-100
<i>Оценка</i>	3	4	5

Оценка **5 («отлично», 85-100 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;
- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;
- подтверждают теоретические постулаты примерами из правоприменительной практики.

Оценка **4 («хорошо», 70-84 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают твёрдое знание программного материала;
- усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
- способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Оценка **3 («удовлетворительно», 55-69 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- в основном знают программный материал в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;
- в целом усвоили основную литературу;
- допускают отдельные погрешности в ответе на вопросы.

Оценка **2 («неудовлетворительно», 0-54 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
- демонстрируют незнание теории и практики профессиональной деятельности.

Основанием для **недопуска** к экзамену является то, что обучающийся во время семестра не набрал установленного минимума баллов – 55 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине

а) основная литература:

1. Киреев В. С. Маркетинг инноваций: Электронная публикация / Киреев В. С. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с
<http://znanium.com/bookread2.php?book=767187>

2. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=937476>

3. Синяева И. М. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / И. М. Синяева. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02523-5 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

б) дополнительная литература:

1. Перекалина Н. С. Продуктовые и процессные инновации в маркетинге: Монография / Н.С. Перекалина, С.П. Казаков, И.В. Рожков. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 250 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=408880>

2. Смирнов К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 6. - (Научная мысль; Маркетинг) <http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - <http://www.sci-innov.ru>
2. Единый портал инноваций и уникальных изобретений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innovationportal.ru/>
3. Официальный Фонд Г.С. Альтшуллера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altshuller.ru/triz/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить

взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям и зачету рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Маркетинг инноваций» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и

проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Кроме того, в ходе занятий проводятся круглые столы по заданным тематикам.

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Маркетинг инноваций» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля

знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к экзамену следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Экзамен подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Экзамен проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания, либо теста.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного письменного (тестового) задания, в зависимости от шкалы оценки.

Работа с печатными изданиями для обучающегося может быть связана с трудностями в области доступа к современной научной печатной литературе. В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Одновременно следует обратить свое внимание на публичные библиотеки, предоставляющие возможность доступа к электронным версиям печатных источников.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение:

- 1) Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
- 2) Пакет офисных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access *Проприетарная*);
- 3) Программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (Foxit Reader *GNU Lesser General Public License*);
- 4) Интерпретатор HTML кода, а также другие языки разметки web-страниц (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование	Количество
1.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы	1
2.	Технические средства обучения:	
	компьютер с программным обеспечением	15
3.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	1
	Межкафедральная лаборатория сервисных и социальных технологий / Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	1
4.	Технические средства обучения:	
	экран настенный	1
	мультимедийный проектор	1
	компьютер с программным обеспечением	1

Пронумеровано и
прошито 21 листов



Зав. УМО М.Г. Ковязина