



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИСГТ
Чайковский Д.В.
06 _____ 2015 г.

БАЗОВАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Направление (специальность) ООП **27.03.05 Инноватика**

Профиль(и) подготовки (специализация, программа) **Предпринимательство
в инновационной деятельности**

Квалификация (степень) **академический бакалавр**

Базовый учебный план приема 2015 г.

Курс 3 семестр 6

Количество кредитов 3

Код дисциплины ДИСЦ.В.М17

| Виды учебной деятельности | Временной ресурс по очной форме обучения |
|---------------------------|--|
| Лекции, ч | 16 |
| Практические занятия, ч | 32 |
| Лабораторные занятия, ч | 0 |
| Аудиторные занятия, ч | 48 |
| Самостоятельная работа, ч | 60 |
| ИТОГО, ч | 108 |

Вид промежуточной аттестации **КП, дифференцированный зачет, экзамен**
Обеспечивающее подразделение **кафедра инженерного
предпринимательства**

Заведующий кафедрой



С.В. Хачин

Руководитель ООП



С.В. Хачин

Преподаватель



Д.Т. Сабирова

2015г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы маркетинга в инновационной сфере» предназначен для формирования у слушателей представления о маркетинговых аспектах анализа инновационных проектов, основных результатах детального анализа рынка, необходимых для финансовой оценки и принятия решения по целесообразности продолжения работы над проектом, а также координации направления данной работы.

Основной целью курса является формирование у слушателей компетенций, связанных со способами оценки внешней среды и потенциала компании методами проведения детального маркетингового анализа на разных этапах инновационного проекта с использованием предложенных методик и подходов, основанных на практическом опыте.

В процессе обучения решаются задачи формирования у слушателей понимания основных маркетинговых аспектов анализа на различных стадиях работы над проектом, а также навыков применения основных методик анализа рынка, внешней среды, потенциала компании, ассортиментного портфеля с целью разработки программы продвижения нового продукта на рынок, способов контроля и оценки эффективности маркетинговой программы.

Ц1. Подготовка выпускников к производственно-технологической и проектно-конструкторской деятельности в области высокотехнологичных процессов анализа, разработки и управления инновациями с соблюдением требований экологической и производственной безопасности.

Ц2. Подготовка выпускников к экспериментально-исследовательской деятельности, в т.ч. в междисциплинарных областях, связанной с выбором, оптимизацией и разработкой методов исследования и моделирования инновационных проектов.

Ц3. Подготовка выпускников к экономической деятельности по оценке эффективности инвестиций во внедрение и эксплуатацию новых наукоемких разработок, востребованных на мировом рынке.

Ц4. Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности, связанной с выполнением междисциплинарных проектов в профессиональной деятельности, в том числе международной

Ц5. Подготовка выпускников к эффективному использованию и интеграции знаний в области фундаментальных наук для решения исследовательских и прикладных задач применительно к профессиональной деятельности.

Ц6. Подготовка выпускников к самообучению и освоению новых профессиональных знаний и умений, непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина имеет предшествующие связи с дисциплинами: «Введение в инноватику», «Методы решения инженерных задач», «Менеджмент», «Системный анализ и принятие решений», «Теоретическая инноватика», «Технологии нововведений», «Экономика».

Параллельные межпредметные связи дисциплина «Основы маркетинга в инновационной сфере» имеет с дисциплинами: «Теория и системы управления», «Управление инновационной деятельностью», «Защита интеллектуальной собственности», «Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности», «Логистика».

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- 3.5.1. методы и технологии принятия решений в условиях определенности и неопределенности;
- 3.5.3. современных концепций, методов и принципов организационного поведения и управления персоналом, механизмов оценки эффективности индивидуальной и групповой работы;
- 3.5.7. принципы обеспечения безопасного функционирования автоматизированных и роботизированных производств;
- 3.6.1. философские, исторические, социально-психологические и правовые аспекты инновационной деятельности;
- 3.6.2. организационные технологии проектирования производственных систем, нормативную базу проектирования;
- 3.6.4. принципы управления инновационными процессами, организации и управления инновациями;
- 3.6.5. теорию, методы и инструментарий управления проектами;
- 3.6.6. экономику инновационного процесса, экономических основ производства, основ финансовой и банковской системы;
- 3.6.7. основных принципов, функции менеджмента, принципов построения организационных структур и распределения функций управления, комплексной подготовки производства;
- 3.6.8. основные термины и определения технологических инноваций;
- 3.6.9. теорию, средства и виды измерений, метрологическое обеспечение стандартизации и сертификация, средства и виды измерений, схемы прямых и косвенных измерений, источники и классификация погрешностей, государственную систему стандартизации, международные стандарты;
- 3.7.2. методы анализа и оптимизации;
- 3.7.3. системный подход, принципы организации и структуры сложных систем, законы эволюции сложных систем;
- 3.7.4. общие принципы инженерных расчетов, основные понятия и законы механики (кинематика, динамика, статика), принципы и методы расчетов на прочность, жесткость и устойчивость;
- 3.7.5. основные понятия и законы электромагнитного поля, электрические и магнитные цепи, основы электроники, элементную базу электронных устройств, основы цифровой электроники, микропроцессорные средства, электрические измерения и приборы;
- 3.7.6. классификацию и физические основы технологий, физико-химические основы промышленных технологий;
- 3.7.8. методы разработки эскизов, чертежей деталей и сборочных единиц; теорию и основные правила построения эскизов, чертежей, схем, нанесения надписей

размеров и отклонений

- 3.8.1. принципы математического моделирования объектов инновационной деятельности и управления ими, методологию математического моделирования экономических процессов, математические модели экономики страны, отрасли, региона, модели научно-технического прогресса, модели распространения инноваций
- 3.8.2. принципы функционального моделирования технических систем и типовые методы их совершенствования;
- 3.8.4. организации мировых рынков; основы теорий анализа и конкурентоспособности предприятия, отрасли, страны;
- 3.8.5 теории и практики ведения бухгалтерского учета, анализа и аудита;
- 3.9.3. специфики научной деятельности в области инноваций;
- 3.9.4 основы научной организации интеллектуального труда, методы и приемы, психологические аспекты проведения творческой инженерной работы;
- 3.10.1. общие принципы и особенности маркетинга в инновационной сфере;
- 3.10.2. технологии реализации инноваций;
- 3.10.3. технологии диагностики, пуско-наладки и испытаний производственных систем, перспективы и развития промышленных технологий;
- 3.10.6 технологии автоматизированного управления объектами и производствами, основы компьютеризированного управления технологическим оборудованием;
- 3.10.7 основ презентации.

Уметь:

- У.5.1. использовать методы, технологии и принципы принятия решений в проектной деятельности;
- У.5.2. уметь находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, аргументировать свою позицию и брать ответственность за свои решения;
- У.5.3. планировать деятельность человеческих ресурсов организаций и подразделений, формировать организационную и управленческую структуру организаций, организовать работу исполнителей для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- У.5.4 использовать правила производственной, информационной безопасности и нормы охраны труда в профессиональной деятельности;
- У.6.1. проводить расчеты затрат на производство и реализацию продукции, определять финансовые результаты деятельности предприятия;
- У.6.2. выполнить анализ потенциала инновации;

- У.6.3. выполнить оценку экономической эффективности инновации;
- У.6.4. оценить затраты по реализации проекта;
- У.6.5. выбрать источники финансирования;
- У.6.6. оценить риски проекта и разработать план мероприятий по их минимизации;
- У.6.7. осуществлять поиск стандартов, разбираться в классификации стандартов;
- У.6.8. использовать стандарты и другие нормативные документы по обеспечению качества выполняемых работ;
- У.7.5. составлять и рассчитывать механическую систему по уравнениям статики, кинематики и динамики;
- У.7.6. выполнять эскизирование, детализирование, сборочные чертежи, технические схемы, в том числе с применением средств компьютерной графики;
- У.8.1. разработать (создать) математическую модель объекта исследования и исследовать ее;
- У.8.4. внедрять, эксплуатировать, обслуживать инновационные технологии формирования баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- У.8.5. применять методы и средства по преодолению / страхованию рисков работы на национальных и мировых рынках;
- У.9.1. спланировать, провести необходимый эксперимент и осуществлять активный поиск на его отдельных этапах;
- У.9.2. проводить физический эксперимент с привлечением методов математической статистики и информационных технологий;
- У.9.3. проводить научно-техническое инженерное исследование и эксперимент, обобщать экспериментальные данные;
- У.10.1. разработать и провести презентацию инновации (проекта);
- У.10.2. разработать график реализации проекта, в том числе инновационного;
- У.10.3. провести сравнительную оценку вариантов реализации инновации;
- У.10.4. выбрать технологию реализации инновации;
- У.10.5. организовать продвижение инновации.

Владеть:

- В.5.1. навыками самостоятельной аналитической и проектной работы;
- В.5.2. анализа поведения персонала в организации;
планирования человеческих ресурсов, исходя из стратегии организации;
организации процесса управления персоналом
- В.6.1. методами анализа привлекательности и экономической эффективности инновационных проектов;
- В.6.2. инструментальными средствами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- В.6.3. разработки и реализации корпоративной и конкурентной стратегии управления технологическими инновациями;
- В.6.4. методами и средствами разработки и оформления технической документации, типовыми методами контроля качества продукции и услуг;
- В.6.5. методами менеджмента, практическими навыками решения конкретных технико-экономических, организационных и управленческих вопросов;
- В.7.3. методами анализа вариантов проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального;
- В.7.4. создания чертежей и эскизов, конструкторской документации с применением компьютерных пакетов программ;
- В.7.6. методами нахождения реакций связей, методикой расчета кинематических параметров, навыками определения кинематической энергии многомассовой системы, работы сил, приложенных к твердому телу, при его движениях;
- В.8.1. инструментальными средствами анализа (моделирования) проекта и решения типовых задач анализа и оптимизации;
- В.8.3. экономическими методами анализа рыночной ситуации;
- В.8.4. использование современных методов и технологий бухгалтерского учета, международного учета, отчетности и аудита в управлении организацией;
- В.9.2. методами научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы;
- В.9.4. навыками научно-исследовательской деятельности по сбору и обработке эмпирических данных, оформлению результатов исследования;
- В.10.1. методами разработки графика реализации проекта;
- В.10.2. методами разработки и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией управления технологическими инновациями;
- В.10.3. проведения эффективных презентаций проектов.

В процессе освоения дисциплины у студентов развиваются следующие компетенции:

1. Универсальные (общекультурные)

- Способность к письменной и устной коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом с использованием логически верной, аргументированной и ясной речи на русском и одном из иностранных языков. ОК-4,13,14, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность понимать закономерности и движущие силы исторического процесса, роль личности в истории, значимость исторического и культурного наследия; способность толерантно воспринимать социальные и культурные различия. ОК-1,2, критерий 5 АИОР.
- Способность понимать значения гуманистических ценностей, принимать на себя нравственные обязательства по отношению к обществу и природе для сохранения и развития цивилизации, поддерживать должный уровень физической формы, следовать принятым в обществе и профессиональной среде этическим и правовым нормам. ОК-3,5,15, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.

2. Профессиональные

- Способность находить и принимать решения в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения; способность к эффективной организации индивидуальной и коллективной работы, управления персоналом, работ по проекту и нормированию труда с соблюдением основных требований информационной безопасности, правил производственной безопасности и норм охраны труда. ОК-6,11, ПК-5,8,10, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность анализировать проект (инновацию) как объект управления, систематизировать и обобщать информацию по ресурсам, затратам, рискам реализации проекта, использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности, излагать суть проекта, представлять схему решения. ОК-18, ПК-3,6,7,9,18, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность при разработке проекта применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей и математической статистики, системного анализа для выбора и обоснования оптимальности проектных, конструкторских и технологических решений; выбирать технические средства и технологии, учитывая экологические последствия реализации проекта и разрабатывая меры по снижению возможных экологических рисков. ОК-8,17, ПК-4,18, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность использовать современные информационные технологии и инструментальные средства, в том числе пакеты прикладных программ деловой сферы деятельности, сетевые компьютерные технологии и базы данных для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, исследования и моделирования, разработки и управления проектом. ОК-10, ПК-1,2,11,16, 17, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования, спланировать необходимый эксперимент и получить адекватную модель. ПК-12,13, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.
- Способность разрабатывать проекты реализации инноваций, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять документацию, презентовать и защищать результаты

проделанной работы в виде отчетов, докладов, статей. ПК-14,15, критерий 5 АИОР, требования потенциальных работодателей.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Аннотированное содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Особенности маркетингового анализа инвестиционных проектов – 10 часов.

1. Схема и основные этапы разработки новой продукции;
2. Реализация функций маркетинга на различных этапах инвестиционного проекта;
3. Структура и порядок проведения маркетингового анализа инвестиционных проектов;
4. Основные результаты маркетингового анализа;
5. Определение перечня основных показателей, полученных в результате детального анализа рынка на примере практического кейса;

Тема 2. Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка – 10 часов.

1. Новая идея: принципы предварительной оценки привлекательности для компании;
2. Основные шаги по анализу рынка: методы исследований, которые могут обеспечить более объективные результаты;
3. Анализ влияния внешней среды: основные критерии оценки, определение основных угроз и возможностей рынка инновационного проекта;
4. Проведение внутрифирменного анализа, определение сильных и слабых сторон;
5. Разработка технического задания на проведение детального анализа рынка при работе над инновационным проектом. Основные показатели, получаемые по итогам анализа рынка;
6. Сегментирование рынка, методики выделения целевых сегментов (по продукту, по территориям). Алгоритм формирования коммерческого предложения;

Тема 3. Анализ конкурентной среды – 8 часа.

1. Определение сферы конкуренции: методика выделения стратегических групп конкурентов компании. Кейс по компании «ЮИТЭК» — рынок строительных услуг;
2. Анализ конкурентоспособности компании (сравнительные преимущества, ключевые факторы успеха, построение профилей).
3. Оценка конкурентоспособности нового товара: выявление и формирование конкурентных преимуществ.

Тема 4. Оценка концепции нового продукта – 8 часа.

1. Расчет прогноза продаж нового товара;
2. Оценка разработанной концепции нового продукта: построение «дома качества» (алгоритм развертывания функции качества на примере товаров и услуг);
3. Прогноз потенциала рынка: построение схемы сбытовых сетей на базе коммерческой практики;
4. Выбор каналов продаж, наиболее эффективных для нового продукта;
5. Прогнозирование и моделирование продаж: алгоритм прогнозирования;

Тема 5. Особенности выведения на рынок и продвижения новых товаров – 10 часов.

1. Три этапа продвижения при выведении нового товара на рынок;

2. Постановка целей и методы их достижения в зависимости от этапа продвижения и типа рынка: B2B или FMCG;
3. Алгоритм разработки, структура, основные разделы плана продвижения нового продукта на рынок, методы его продвижения;
4. Определение основных вариантов коммуникации;
5. Анализ основных инструментов продвижения;
6. Варианты формирования бюджета продвижения нового товара;
7. Финансовый анализ нового проекта: базовые критерии, заключение о целесообразности разработки нового проекта;

Тема 6. Контроль выполнения и оценка результатов – 8 часа.

1. Взаимодействие различных структур компании при выполнении плана маркетинга;
2. Типичные ошибки при проведении программ продвижения и варианты их устранения;
3. Контроль реализации плана маркетинга и оценка его эффективности;
4. Расчет оценки эффективности программы продвижения и отдельных мероприятий ;
5. Критерии оценки реализации программы, периодичность и формы контроля.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Таблица 2.

Методы и формы организации обучения (ФОО)

| ФОО | Лекц. | Лаб. раб. | Пр. зан./ Сем., | Тр*., Мк** | СРС |
|------------------------------------|-------|-----------|-----------------|------------|-----|
| Методы | | | | | |
| <i>IT</i> -методы | | | | | |
| Работа в команде | | | + | | |
| <i>Case-study</i> | | | + | | |
| Игра | | | + | | |
| Методы проблемного обучения. | + | | | | |
| Обучение на основе опыта | + | | + | | + |
| Опережающая самостоятельная работа | | | | | + |
| Проектный метод | + | | | | + |
| Поисковый метод | | | + | | + |
| Исследовательский метод | | | + | | + |
| Другие методы | | | + | | |

* - Тренинг, ** - Мастер-класс

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

6.1. Текущая СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. Она заключается в работе с лекционным материалом, поиске и обзоре литературы и электронных источников информации по заданной проблеме курса, опережающей самостоятельной работе, в изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к практическим занятиям, подготовке к контрольным работам, экзамену.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР), ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. Она включает поиск, анализ, структурирование и презентацию информации; исследовательскую работу и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме.

6.2. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине

Самостоятельная (внеаудиторная) работа студентов состоит в:

- проработке лекционного материала;
- подготовке к практическим занятиям;
- выполнении домашних заданий;
- написании курсовой работы;
- подготовке к рубежным контролям.

Темы, вынесенные на самостоятельную проработку

| № п/п | Название темы | Вопросы самостоятельной проработки |
|-------|--|--|
| 1. | Особенности маркетингового анализа инвестиционных проектов | Подготовка вопросам на тему «Особенности маркетингового анализа инвестиционных проектов» |
| 2. | Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка | Подготовка задания по сегментированию (построение портретов/типажей, сегментация по факторам) |
| 3. | Анализ конкурентной среды | Подготовка задания «Карта позиционирования»; Подготовка задания «Анализ КСП» |
| 4. | Оценка концепции нового продукта | Подготовка задания «Разработка продукта»; Подготовка задания «Разработка ценовой стратегии»; Подготовка задания «Разработка системы сбыта для предприятия» |
| 5. | Особенности выведения на рынок и продвижения новых товаров | Подготовка задания «Комплекс маркетинговых коммуникаций для товара/компании» |
| 6. | Контроль выполнения и оценка результатов | Подготовка задания «Система маркетингового управления на |

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости (примеры).

К оценочным средствам текущего контроля относятся тесты, ситуационные задачи и кейсы. Постановка проблемных вопросов или заданий в них позволяет выявить приобретение определенных компетенций.

Примеры оценочных средств для промежуточной аттестации

При проведении промежуточной аттестации могут использоваться и ситуационные задачи с проблемными заданиями, которые позволяют выявить III уровень усвоения знаний и сформированность компетенций.

Применение тестов с открытыми вопросами и проблемными заданиями, дополненные специальными заданиями позволит выявить сформированность компетенций.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Основная литература:

1. Стерхова, Светлана Александровна **Инновационный продукт: инструменты маркетинга** : учебное пособие / С. А Стерхова; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации (АНХ). — Москва: Дело АНХ, 2009. — 294 с.: ил.. — Образовательные инновации. — Библиография в конце глав.. — ISBN 978-5-7749-0532-4.

Дополнительная литература:

1. [Мельченко, Сергей Владимирович](#) **Формирование стратегии продвижения разработки на рынок** : учебное пособие для вузов / С. В. Мельченко, В. С. Веснин, В. В. Кеворков; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2012. — 159 с.: ил.. — Библиогр.: с. 154-157
2. [Микитина, Людмила Владимировна](#) **Инновационные маркетинговые коммуникации** : учебное пособие для вузов / Л. В. Микитина, Т. С. Селевич; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ) . — Томск: Изд-во ТПУ, 2013. — 127 с.: ил.. — Библиогр.: с. 122-123. — Глоссарий: с. 124-127..

Программное обеспечение и Internet-ресурсы:

1. <http://www.sostav.ru/>
2. <http://www.4p.ru/main/index.php>

7. СРЕДСТВА ТЕКУЩЕЙ И ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении дисциплины «Основы маркетинга в инновационной сфере» осуществляются следующие виды контроля:

- текущий (внутрисеместровый) контроль осуществляется при выполнении контрольных работ, вынесенных преподавателем в рейтинг-план;
- семестровые испытания (экзамен) – предполагают на основе текущей оценки уровня знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в течение семестра, установление качества проведенных образовательных услуг и соответствие приобретенных личностных и профессиональных качеств студента целевым установкам дисциплины.

В соответствие с рейтинг-планом дисциплины в 6 семестре осуществляется 2 рубежных контроля. Рубежные контроли проводятся в часы практических занятий, в письменной форме и включают задания по одному или нескольким разделам лекционного курса.

В контрольную работу № 1 входят задание по темам 1-3

В контрольную работу № 2 входят задание по темам 4-6
Итог изучения курса – экзамен – проводится в период экзаменационной сессии.

7.1. Рейтинг качества освоения дисциплины

В соответствии с рейтинговой системой текущий контроль (ТК) производится на каждом занятии в течение семестра путем балльной оценки качества усвоения теоретического материала (ответы на вопросы) и результатов практической деятельности (решение задач, выполнение заданий) (РТК).

Рубежный контроль (РК) производится два раза в течение семестра путем балльной оценки качества усвоения теоретического материала (ответы на вопросы рубежного контроля) и результатов практической деятельности (решение задач, выполнение контрольных заданий).

В 6 семестре студенты выполняют 2 контрольных задания. Набранные за них баллы суммируются к рейтингу текущему. Максимальный рейтинг каждого рубежного контроля (РРК) равен 30 баллов, следовательно, суммарный РРК равен 60 баллам. Студент допускается к сдаче экзамена, если он полностью выполнил учебный план и его рейтинг более 10 баллов при максимальном рейтинге = 60 баллов.

Промежуточная аттестация (**экзамен**) производится в конце 6 семестра путем балльной оценки.

| экзамен/зачет | Определение оценки |
|---------------|--------------------------------|
| 39 - 40 | Отлично |
| 35 – 38 | Очень хорошо |
| 31 – 34 | Хорошо |
| 27 – 30 | Удовлетворительно |
| 22 – 26 | Посредственно |
| 17 – 21 | Условно неудовлетворительно |
| 0 – 16 | Безусловно неудовлетворительно |

Итоговый рейтинг (ИР) определяется суммированием баллов текущей оценки в течение семестра (РТК) и баллов промежуточной аттестации (РРК) в конце семестра по результатам экзамена (РЭ). Все оценки рейтинга суммируются, и подсчитывается итоговый рейтинг (ИР):

$$\text{ИР} = \text{РТК} + \text{РРК} + \text{РЭ}.$$

Максимальный итоговый рейтинг соответствует 100 баллам (60 – максимальная текущая оценка работы в семестре и промежуточная аттестация по двум точкам рубежного контроля, 40 – максимальная оценка качества знаний по результатам экзамена). Форма проведения экзамена – устная.

Итоговый рейтинг переводится в оценку по соотношению:

| | |
|--------------------|-------------------|
| более 90 баллов | ОТЛИЧНО |
| от 70 до 89 баллов | ХОРОШО |
| от 50 до 69 баллов | УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО |

Перевод итоговой рейтинговой оценки в другие шкалы

| Итоговая оценка | Традиционная оценка | Литерная оценка |
|-----------------|--------------------------------|-----------------|
| 96 - 100 | Отлично | A+ |
| 90 - 95 | | A |
| 80 - 89 | Хорошо | B+ |
| 70 - 79 | | B |
| 65 - 69 | Удовлетворительно | C+ |
| 55 - 64 | | C |
| 55 - 100 | Зачтено | D |
| 0 - 54 | Неудовлетворительно/не зачтено | F |

Рейтинг-план дисциплины «Основы маркетинга в инновационной сфере» представлен в приложении.

7.2. Требования к содержанию экзаменационных вопросов

Экзаменационные билеты включают два типа заданий:

1. Теоретический вопрос
2. Проблемный вопрос

Вопросы, включенные в экзаменационные билеты, обновляются 1 раз в год. Билеты утверждаются заведующим кафедрой.

Пример экзаменационных вопросов

1. Основные статьи затрат и порядок формирования маркетингового бюджета инновационного проекта.
2. Методы контроля и оценки эффективности маркетингового плана.

Список вопросов для подготовки к экзамену

1. Основные итоги прединвестиционного этапа инновационного проекта
2. Порядок проведения детального маркетингового анализа идеи нового продукта
3. Основные разделы технического задания на проведение маркетингового исследования

4. Алгоритм проведения сегментации рынка B2B
5. Алгоритм проведения сегментации рынка B2C
6. Основные методики оптимизации ассортимента, их алгоритм проведения
7. Порядок проведения методики «Выделение стратегических групп конкурентов»
8. Методы проведения мониторинга цен на аналоги конкурентов
9. Основные методы ценообразования нового продукта
10. Разработка схемы сбытовой сети и определение потенциала рынка с точки зрения объема продаж
11. Алгоритм расчета прогноза продаж нового продукта
12. Основные показатели целесообразности разработки инновационного проекта для перехода на следующий этап разработки
13. Порядок определения основных вариантов коммуникаций
14. Основные разделы маркетингового плана продукта
15. Основные статьи затрат и порядок формирования маркетингового бюджета инновационного проекта
16. Методы контроля и оценки эффективности маркетингового плана

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Стерхова, Светлана Александровна. Инновационный продукт: инструменты маркетинга : учебное пособие / С. А. Стерхова; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации (АНХ). — Москва: Дело АНХ, 2009. — 294 с.

Дополнительная литература:

2. [Мельченко, Сергей Владимирович.](#) Формирование стратегии продвижения разработки на рынок : учебное пособие для вузов / С. В. Мельченко, В. С. Веснин, В. В. Кеворков; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2012. — 159 с.
3. [Микитина, Людмила Владимировна.](#) Инновационные маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / Л. В. Микитина, Т. С. Селевич; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2013. — 127 с.: ил.. — Библиогр.: с. 122-123. — Глоссарий: с. 124-127.

Программное обеспечение и Internet-ресурсы:

4. <http://www.sostav.ru/>
5. <http://www.aup.ru/books>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п | Наименование (компьютерные классы, учебные лаборатории, оборудование) | Корпус, ауд., количество установок |
|-------|--|------------------------------------|
| 1. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 109 |
| 2. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 110 |
| 3. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 111 |
| 4. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; монитор (81 см.); доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 112 |
| 5. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 114 |
| 6. | Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb. (10 шт.) | 7 корпус, ауд. 115 |
| 7. | Компьютерный класс (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 216 |
| 8. | Компьютерный класс (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная) | 7 корпус, ауд. 217 |

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинга в инновационной сфере» составлена на основе Стандарта ООП ТПУ в соответствии с требованиями ФГОС по направлению 27.03.05 Инноватика и профилю подготовки «Предпринимательство в инновационной деятельности».

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинга в инновационной сфере» одобрена на заседании кафедры инженерного предпринимательства ИСГТ ТПУ.

(протокол № 24 от «11» 06 2015 г).

Автор: Д.Т. Сабирова

Рецензент: Акчелов Е.О.