

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение :  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ:  
Ректор  
Дубив Н.В.  
2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

## **МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИЙ**

образовательной программы высшего образования –  
программы магистратуры  
38.04.02 Менеджмент

Направленность: Управление инновациями и проектами

Форма обучения: заочная

Курган 2022

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг и коммерциализация инноваций» составлена в соответствии с учебным планом по программе магистратуры Менеджмент (Управление инновациями и проектами), утвержденным:

- для заочной формы обучения 30 августа 2022года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» 14 июня 2022 года, протокол №13.

Рабочую программу составил

Профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг»

д-р экон. наук, доцент



О.Е. Васильева

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг»

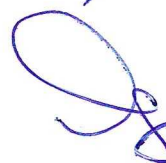
канд. экон. наук, доцент



З.Н. Варламова

Руководитель программы магистратуры

д-р экон. наук, профессор



С.Н. Орлов

Специалист по учебно-методической работе  
учебно-методического отдела



Г.В. Казанкова

Начальник управления  
образовательной деятельности



И.В. Григоренко

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 4 зачетных единицы трудоемкости (144 академических часа)

### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		2
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
Лекции	8	8
Практические занятия	6	6
<b>Самостоятельная работа, всего часов в том числе:</b>	<b>130</b>	<b>130</b>
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	103	103
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплина «Маркетинг и коммерциализация инноваций» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных обучающимися при изучении обучающимися дисциплин «Управленческая экономика» и «Современный стратегический анализ».

Результаты обучения по дисциплине «Маркетинг и коммерциализация инноваций» необходимы для прохождения преддипломной практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам:

- способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);

- способность решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления (ОПК-1).

## **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Дисциплина «Маркетинг и коммерциализация инноваций» направлена на обучение современным теоретико-методологическим основам и практическим умениям и навыкам выведения на рынок и распространения наукоемкой продукции, а также формирования и стимулирования спроса на инновации.

Целью освоения дисциплины является изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий, понимание стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводом и продвижением инноваций на рынок.

Задачами освоения дисциплины являются:

- освоение теоретико-методологических основ маркетинга и коммерциализации инноваций;

- формирование умений и навыков выбора и применения маркетинговых технологий и инструментов для разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);

- способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных

направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций (ОПК-4);

- способность осуществлять стратегическое и тактическое управление подразделениями организации и проектными командами (ПК-3);

- способность анализировать социально-экономические явления и процессы, поведение экономических агентов и рынков (ПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретико-методологические основы маркетинговых исследований (для УК-1);

- теоретико-методологические основы проектной деятельности и бизнес-процессирования (для ОПК-4);

- теоретико-методологические основы стратегического и тактического менеджмента (для ПК-3);

- теоретико-методологические основы рыночного и отраслевого анализа (для ПК-4);

Уметь:

- применять методы маркетинговых исследований в отношении инновационных продуктов и технологий (для УК-1);

- применять методы и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в отношении инновационных продуктов и технологий (для ОПК-4);

- применять методы, технологии и инструменты стратегического и тактического управления функциональными подразделениями и проектными командами, занимающимися инновационной деятельностью (для ПК-3);

- проводить анализ внешней и внутренней среды при разработке инновационных проектов (для ПК-4);

Владеть:

- навыками разработки программ и организации проведения маркетинговых исследований применительно к инновационным продуктам и технологиям (для УК-1);

- навыками управления инновационными программами и проектами (для ОПК-4);

- навыками управления коллективами функциональных подразделений и проектными командами при разработке, сбыте и продвижении инноваций (для ПК-3);

- навыками рыночного и отраслевого анализа (для ПК-4).

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Учебно-тематический план

#### Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		Лекции	Практич. занятия
1	Маркетинг инноваций	4	3
2	Коммерциализация инноваций	4	3
<b>Всего</b>		<b>8</b>	<b>6</b>

### 4.2 Содержание лекционных занятий

#### *Тема 1. Маркетинг инноваций*

Маркетинг инноваций: содержание и функции. Разработка инновационных продуктов и проектов на предприятии. Инструменты маркетинга инноваций на предприятии. Управление инновациями на предприятии.

#### *Тема 2. Коммерциализация инноваций*

Характеристика рынка инноваций. Субъекты и объекты рынка инноваций. Трансферт технологий. Инновационная инфраструктура рынка. Государственное регулирование рынка инноваций.

### 4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
1	Маркетинг инноваций	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3
2	Коммерциализация инноваций	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3
<b>Всего</b>			<b>6</b>

### 4.4. Контрольная работа

Контрольная работа учебным планом не предусмотрена.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, а не только записывать материал под диктовку. Преподавателем предполагается использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии, поэтому рекомендуется отмечать для себя интересные моменты с целью их обсуждения. Баллы за посещение лекции могут быть уменьшены до 0, если обучающийся не выполняет запланированную на лекции работу.

Настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает:

- углубленное изучение разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовку к экзамену.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

**Рекомендуемый режим самостоятельной работы**

<b>Наименование вида самостоятельной работы</b>	<b>Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.</b>
<b>Углубленное изучение тем дисциплины</b>	<b>85</b>
Маркетинг инноваций	40
Коммерциализация инноваций	45
<b>Подготовка к практическим занятиям (по 6 часов к каждому занятию)</b>	<b>18</b>
<b>Подготовка к экзамену</b>	<b>27</b>
<b>ВСЕГО</b>	<b>130</b>

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **6.1. Перечень оценочных средств**

1. Задания для практических занятий.
2. Перечень вопросов к экзамену.

### **6.2. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины**

Экзамен проводится по билетам. Билет включает два теоретических вопроса.

На подготовку ответов обучающемуся на экзамене отводится 40 минут.

Результаты экзамена заносятся преподавателем в зачетно-экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день экзамена, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

### **6.3. Примеры оценочных средств для экзамена**

#### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Маркетинг инноваций: содержание и функции.
2. Разработка инновационных продуктов и проектов на предприятии.
3. Инструменты маркетинга инноваций на предприятии.
4. Управление инновациями на предприятии.
5. Характеристика рынка инноваций.
6. Субъекты и объекты рынка инноваций.
7. Трансферт технологий.
8. Инновационная инфраструктура рынка.
9. Государственное регулирование рынка инноваций.

### **6.4. Фонд оценочных средств**

Полный банк заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## **7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **7.1. Основная учебная литература**

1. Путилов, А. В. Коммерциализация технологий и промышленные инновации : учебное пособие / А. В. Путилов, Ю. В. Черняховская. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 324 с. — Доступ из ЭБС «Лань».
2. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 237 с. — Доступ из ЭБС «Znaniium.com».

### **7.2. Дополнительная учебная литература**

1. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых. - Москва : Дашков и К, 2022. - 195 с. -- Доступ из ЭБС «Znaniium.com».
2. Миронова, Д.Ю., Баранов, И. В., Помазкова, Е.Е., Румянцева О.Н., Введение в управление проектной деятельностью: основы формирования, управления и коммерциализации инновационных проектов : учебно-методическое пособие / Д. Ю. Миронова, И. В. Баранов, Е. Е. Помазкова, О. Н. Румянцева. — СПб: Университет ИТМО, 2022 — 89 с.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Васильева О.Е. Методические указания к проведению практических занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг и коммерциализация инноваций» для обучающихся направления 38.04.02 «Менеджмент» направленность «Управление инновациями и проектами» [На правах рукописи].

## **9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. <https://innovbusiness.ru> - Портал «Инновации и предпринимательство».
2. <https://innovanews.ru> – Портал «Новости мира инноваций».
3. <https://www.miiiris.ru> – Информационный каталог «Инновационная инфраструктура и основные показатели инновационной деятельности субъектов Российской Федерации».

## **10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Консультант студента».
3. ЭБС Znanium.com.
4. Электронная библиотека КГУ – <http://dspace.kgsu.ru>.
5. Справочно-правовая система «Гарант».
6. НЭБ «eLIBRARY» - <http://elibrary.ru>.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Мультимедийное оборудование (переносной персональный компьютер, мультимедийная установка, мультимедийный экран).

## **12. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При использовании электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

**«Маркетинг и коммерциализация инноваций»**

образовательной программы высшего образования –  
программы магистратуры  
**38.04.02 Менеджмент**

Направленность:

**Управление инновациями и проектами**

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ (144 академических часа)

Семестр: 2 (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Содержание дисциплины

Маркетинг инноваций. Коммерциализация инноваций.

**ЛИСТ**  
**регистрации изменений (дополнений) в рабочую программу**  
**учебной дисциплины**  
**«Маркетинг и коммерциализация инноваций»**

**Изменения / дополнения в рабочую программу**  
**на 20 / 20 учебный год:**

---

---

---

---

---

---

Ответственный преподаватель \_\_\_\_\_ /О.Е. Васильева /

Изменения утверждены на заседании кафедры « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,  
Протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Изменения / дополнения в рабочую программу**  
**на 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:**

---

---

---

---

---

---

Ответственный преподаватель \_\_\_\_\_ / О.Е. Васильева /

Изменения утверждены на заседании кафедры « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,  
Протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.