

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

Кафедра «Государственное и муниципальное управление,
внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

_____ Дубив Н.В.

« » _____ 2024 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 2024

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 28 июня 2024 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент» 30 августа 2024 года, протокол № 1.

Рабочую программу составил
Заведующий кафедрой
«Государственное и муниципальное управление,
внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»
д-р экон. наук, доцент

О.Е. Васильева

Согласовано:

Заведующий кафедрой
«Государственное и муниципальное управление,
внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»
д-р экон. наук, доцент

О.Е. Васильева

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
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:	16	16
Лекции	8	8
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа, всего часов в том числе:	128	128
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	101	101
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	144	144

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг и коммерциализация инноваций» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, 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:

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

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

Индикаторы и дескрипторы части соответствующей компетенции,

формируемой в процессе изучения дисциплины «Маркетинг и коммерциализация инноваций», оцениваются при помощи оценочных средств.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине
«Маркетинг и коммерциализация инноваций», индикаторы достижения
Компетенций ПК-3, ПК-4 и перечень оценочных средств**

№ п/п	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Код планируемого результата обучения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочных средств
1.	ИД-1 _{ПК-3}	Знать: теоретико-методологические основы стратегического и тактического менеджмента	З (ИД-1 _{ПК-3})	Знает: теоретико-методологические основы стратегического и тактического менеджмента	Тестовые вопросы
2.	ИД-2 _{ПК-3}	Уметь: применять методы, технологии и инструменты стратегического и тактического управления функциональными подразделениями и проектными командами, занимающимися инновационной деятельностью	У (ИД-2 _{ПК-3})	Умеет: применять методы, технологии и инструменты стратегического и тактического управления функциональными подразделениями и проектными командами, занимающимися инновационной деятельностью	Комплект имитационных задач Тестовые вопросы
3.	ИД-3 _{ПК-3}	Владеть навыками управления коллективами функциональных подразделений и проектных команд при разработке, сбыте и продвижении инноваций	В (ИД-3 _{ПК-3})	Владеет: навыками управления коллективами функциональных подразделений и проектных команд при разработке, сбыте и продвижении инноваций	Комплект имитационных задач Тестовые вопросы
4.	ИД-1 _{ПК-4}	Знать: теоретико-методологические основы рыночного и отраслевого анализа	З (ИД-1 _{ПК-4})	Знает: теоретико-методологические основы рыночного и отраслевого анализа	Тестовые вопросы
5.	ИД-2 _{ПК-4}	Уметь: проводить анализ внешней и внутренней среды при разработке инновационных проектов	У (ИД-2 _{ПК-4})	Умеет: проводить анализ внешней и внутренней среды при разработке инновационных проектов	Комплект имитационных задач Тестовые вопросы
6.	ИД-3 _{ПК-4}	Владеть навыками рыночного и отраслевого анализа	В (ИД-3 _{ПК-4})	Владеет: навыками рыночного и отраслевого анализа	Комплект имитационных задач Тестовые вопросы

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	4
2	Коммерциализация инноваций	4	4
Всего		8	8

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	4
2	Коммерциализация инноваций	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	4
Всего			8

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

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
Углубленное изучение тем дисциплины	77
Маркетинг инноваций	38
Коммерциализация инноваций	39
Подготовка к практическим занятиям (по 6 часов к каждому занятию)	24
Подготовка к экзамену	27
ВСЕГО	128

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. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с.
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 275 с.
3. 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».
4. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 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. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата : монография / Б.Е. Токарев. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 264 с. – Доступ из ЭБС «Znaniium.com».

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.miiris.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

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

12. ДЛЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и 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 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.