

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФИО: Макуев Валентин Анатольевич

Мытищинский филиал

Должность: Заместитель директора по учебной работе

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

Дата подписания: 03.07.2024 12:56:25

Уникальный программный ключ:

образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

a0887579b7e63594c87851bc1bb030c7c4482fa1

(национальный исследовательский университет)»

(МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана)



Заместитель директора

по учебной работе

МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана

Макуев В.А.

«25» июня 2021 г.

Факультет К «Космический факультет»

Кафедра К4 «Экономика и управление»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг в инновационной сфере**

Автор программы:

Букова А.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, доцент, bukova@bmstu.ru

Утверждена на заседании кафедры «Экономика и управление»  
Протокол № 10 заседания кафедры «К4» от 09.06.2021 г.

Начальник Отдела образовательных программ  
Шевлякова А.А



Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год.  
Протокол № 8 заседания кафедры «К4» от 15.04.2022 г.  
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2023/2024 учебный год.  
Протокол № 8 заседания кафедры «К4» от 17.04.2023 г.  
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2024/2025 учебный год.  
Протокол № 9 заседания кафедры «К4» от 16.04.2024 г.  
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

# Оглавление

	с.
1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	6
3. Объем дисциплины.....	7
4. Содержание дисциплины, структурированное по модулям учебной дисциплины с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	8
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	12
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине.....	13
7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины .....	14
8. Перечень ресурсов сети интернет, рекомендуемых для самостоятельной работы при освоении дисциплины.....	15
9. Методические указания для студентов по освоению дисциплины .....	16
10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных .....	17
11. Описание материально-технической базы, необходимой для изучения дисциплины.....	18

# 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в соответствии с:

- Самостоятельно устанавливаемым образовательным стандартом (СУОС 3++) по направлению подготовки (уровень бакалавриата): 27.03.05 «Инноватика»;
- Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика»;
- Учебным планом МГТУ им. Н.Э. Баумана по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика».

При освоении дисциплины планируется формирование компетенций, предусмотренных ОПОП на основе СУОС 3++ по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика» (уровень бакалавриата)

<b>Код компетенции по СУОС 3++</b>	<b>Формулировка компетенции</b>
	<b>Общепрофессиональные компетенции собственные</b>
ОПКС-3 (27.03.05)	Способен решать задачи в области инновационной деятельности в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности, а также с учетом производственно-технологической, инновационной, маркетинговой, кадровой и финансовой политик предприятий
ОПКС-7 (27.03.05)	Способен осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации и представлять результаты исследований с использованием современных средств визуализации, инфографики

Для категорий «знать, уметь, владеть» планируется достижение результатов обучения (РО), вносящих на соответствующих уровнях вклад в формирование компетенций, предусмотренных основной профессиональной образовательной программой (табл. 1).

Таблица 1. Индикаторы достижения компетенции

1	2	3
Компетенция: код по СУОС 3++, формулировка	Индикаторы	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
<p>ОПКС-3 (27.03.05) Способен решать задачи в области инновационной деятельности в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности, а также с учетом производственно-технологической, инновационной, маркетинговой, кадровой и финансовой политик предприятий</p>	<p>УМЕТЬ - обосновывать принимаемые управленческие решения с учетом нормативно-правового регулирования сфере интеллектуальной собственности, а также с учетом производственно-технологической, инновационной, маркетинговой, кадровой и финансовой политик предприятия</p>	<p>Лекции Семинары Самостоятельная работа Активные и интерактивные формы (методы) обучения: обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах</p>
<p>ОПКС-7 (27.03.05) Способен осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации и представлять результаты исследований с использованием современных средств визуализации, инфографики</p>	<p>ЗНАТЬ - методы поиска, систематизации и анализа информации УМЕТЬ - применять методы поиска, систематизации и анализа информации ВЛАДЕТЬ - современными средствами визуализации, инфографики</p>	<p>Лекции Семинары Самостоятельная работа Активные и интерактивные формы (методы) обучения: обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах</p>

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

Дисциплина входит в блок Б1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы бакалавриата по направлению 27.03.05 «Инноватика».

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана:

- Управление инновационной деятельностью

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для следующих дисциплин образовательной программы:

- Основы бизнес-коммуникаций
- Финансирование и коммерциализация инноваций

Освоение учебной дисциплины связано с формированием компетенций с учетом матрицы компетенций ОПОП для направления (уровень бакалавриата): 27.03.05 Инноватика .

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц(з.е.), 180 академических часов (135 астрономических часов). В том числе: 1 семестр – 5 з.е. (180 ак.ч.).

**Таблица 2. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)**

Виды учебной работы	Объем по семестрам, акад. ч.	
	Всего	Количество семестров освоения дисциплины
		1
Объем дисциплины	180	180
<b>Аудиторная работа*</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
Лекции (Л)	36	36
Семинары (С)	36	36
<b>Самостоятельная работа (СР)</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
Проработка учебного материала лекций	4.5	4.5
Подготовка к семинарам	4.5	4.5
Подготовка к экзамену	30	30
Подготовка к рубежному контролю	9	9
Другие виды самостоятельной работы	60	60
<b>Вид промежуточной аттестации</b>		<b>Экзамен</b>

\*в том числе, в форме практической подготовки

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО МОДУЛЯМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

**Таблица 3. Содержание дисциплины**

№ п/п	Тема (название) модуля	Виды занятий*, часы				Активные и интерактивные формы проведения занятий		Компетенции, закрепленные за темой (код по СУОС 3++)	Текущий контроль результатов обучения		
		Л	С	ЛР	СР	Форма проведения занятий	Часы		Срок (неделя)	Формы	Баллы (мин/макс)
<b>1 семестр</b>											
1	Маркетинг как концепция рыночного управления. Сущность, задачи и роль маркетинга в инновационной сфере.	6	6	0	13	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	2	ОПКС-3, ОПКС-7	3	Рубежный контроль	12/20
										<b>ИТОГО:</b>	<b>12/20</b>
2	Маркетинговая среда инновационного предприятия. Маркетинг нового продукта.	14	14	0	30	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	4	ОПКС-3, ОПКС-7	10	Рубежный контроль	18/30
										<b>ИТОГО:</b>	<b>18/30</b>
3	Система маркетинговых коммуникаций для успешного продвижения нового продукта на рынок. Управление маркетингом инноваций и его организация.	16	16	0	35	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	4	ОПКС-3, ОПКС-7	18	Рубежный контроль	12/20
										<b>ИТОГО:</b>	<b>12/20</b>
4	Экзамен	-	-	-	30	-	-	-	-	-	<b>18/30</b>
	<b>ИТОГО за семестр</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>108</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>60/100</b>

\*в том числе, в форме практической подготовки



<b>№, п/п</b>	<b>Наименование модуля, содержание</b>	<b>Часы</b>
<b>1</b>	<b>«Маркетинг как концепция рыночного управления. Сущность, задачи и роль маркетинга в инновационной сфере»</b>	
	<b>Лекции</b>	6
1.1	Классические и современные трактовки маркетинга как особой области экономической науки. Объекты маркетинга, его место в системе управления экономикой. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка. Основные функции маркетинга.	2
1.2	Рынок - важнейшая категория и объект изучения маркетинга. Особенности современного рынка. Возможность и необходимость применения маркетинга на российских предприятиях, его основные проблемы. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга. Трансформация конкурентной борьбы и конкурентных позиций ее участников.	2
1.3	Развитие российского рынка и необходимость инноваций. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций. Возможности маркетинга для его использования в инновационной сфере. Специфика инновационного маркетинга. Клиентоориентированная типология инноваций.	2
	<b>Семинары</b>	6
С1.1	Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга.	2
С1.2	Возможности применения маркетинга на российских предприятиях, его основные проблемы.	2
С1.3	Возможности маркетинга для его использования в инновационной сфере.	2
	<b>Самостоятельная работа</b>	13
СП1.1	Проработка учебного материала лекций	0.75
СП1.2	Подготовка к семинарам	0.75
СП1.3	Подготовка к рубежному контролю	3
СП1.4	Другие виды самостоятельной работы	8.5
<b>2</b>	<b>«Маркетинговая среда инновационного предприятия. Маркетинг нового продукта »</b>	
	<b>Лекции</b>	14
2.1	Среда, в которой функционирует маркетинг. Основные факторы, влияющие на окружающую среду фирмы. Контролируемые и неконтролируемые факторы, адаптация, обратные связи как элементы окружающей среды.	2
2.2	Особенности окружающей среды инновационной фирмы. Сложности учета неконтролируемых факторов при разработке маркетинговой стратегии фирмы и политики в области инноваций.	2
2.3	Характеристика инновации как товара. Жизненный цикл продуктовых инноваций и стратегические решения на его этапах. Диффузия инноваций. Понятие конкурентоспособности товара, её основные показатели. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара на внутреннем и внешнем рынках	2
2.4	Понятие товародвижения в маркетинге. Система товародвижения, ее основные элементы. Особенности товародвижения и сбыта инновационных продуктов.	2
2.5	Процесс создания инновационного продукта. Пути ускорения разработки инновационных продуктов. Стандартизация и	2

	индивидуализация. Брендинг и стратегии торговой марки новых товаров.	
2.6	Ценовая политика в сфере инноваций Важность цены и её связь с другими факторами маркетинга. Основные виды цен. Методы ценообразования. Ценовая и неценовая конкуренция. Понятие ценовой стратегии фирмы. Основные этапы разработки ценовой стратегии. Цели ценообразования.	2
2.7	Связь цены и качества товара. Методика определения цены на базисную, улучшающую и рационализирующую продуктовую инновацию.	2
	<b>Семинары</b>	14
C2.1	Специфика товарной стратегии инновационного продукта. Сегментирование потребителей и определение целевой аудитории инновационного продукта.	2
C2.2	Поведение потребителей. Стратегии удержания потребителей инновационных продуктов.	2
C2.3	Процесс становления нового продукта: анализ стратеги и организации, генерирование и отбор идей, бизнес-анализ, разработка продукта и его рыночное тестирование, коммерциализация нового продукта.	2
C2.4	Брендинг и стратегии торговой марки новых товаров.	2
C2.5	Каналы распределения и сбытовые цепочки инновационного продукта. Критерии выбора сбытовых каналов для инновационных и высокотехнологичных продуктов. Прямой и интерактивный маркетинг, электронная торговля в системе сбыта инноваций. Управление, контроль и оценка эффективности каналов.	2
C2.6	Ценообразование на инновационных рынках. Методы ценообразования. Сценарий зонтичного ценообразования. Ценообразование на дополняющие продукты.	2
	Стратегии маркетингового ценообразования.	2
2	<b>Самостоятельная работа</b>	30
CP2.1	Проработка учебного материала лекций	1.75
CP2.2	Подготовка к семинарам	1.75
CP2.3	Подготовка к рубежному контролю	3
CP2.4	Другие виды самостоятельной работы	23.5
3	<b>« Система маркетинговых коммуникаций для успешного продвижения нового продукта на рынок. Управление маркетингом инноваций и его организация»</b>	
	<b>Лекции</b>	16
3.1	Специфика и оптимизация маркетинговых коммуникаций при продвижении инноваций. Изменение парадигмы маркетинговых коммуникаций в современном бизнес-пространстве.	2
3.2	Применение концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций при продвижении инновационного продукта. Критерии отбора каналов продвижения.	2
3.3	Персональные продажи как форма коммуникационной деятельности. Цели персональной продажи, её значение для продвижения инновации на рынке. Способы персональных продаж, их преимущество перед другими формами коммуникационной деятельности.	2
3.4	Роль и значение стимулирования сбыта, его преимущества. Основные факторы и способы стимулирования сбыта в инновационной сфере, обоснование их выбора.	4
3.5	PR: необходимость, содержание и отличительные особенности в сфере инноваций. Создание положительного образа фирмы как основа её успешной инновационной деятельности.	4

3.6	Организация маркетинга на предприятии. Связь маркетинговой службы с другими функциональными подразделениями предприятия. Необходимость и сферы взаимодействия отделов маркетинга и НИОКР.	2
	<b>Семинары</b>	16
С3.1	Рекламная стратегия и тактика. Планирование рекламных компаний по новым товарам. Интернет-технологии как фактор продвижения новации.	2
С3.2	Создание положительного образа фирмы как основа её успешной инновационной деятельности. Формы и средства связей с общественностью. Установление и поддержание связей с прессой.	4
С3.3	Применение product-placement - примеры из практики, презентация и предложения.	2
С3.4	Использование возможностей Интернет-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций	2
С3.5	Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге. Выявление сильных и слабых сторон предприятия. Матрица SWOT. Планирование целей и направлений развития предприятия	4
С3.6	Разработка инновационной стратегии фирмы. Формирование ожиданий потребителей инновационного продукта.	2
	<b>Самостоятельная работа</b>	35
СР3.1	Проработка учебного материала лекций	2
СР3.2	Подготовка к семинарам	2
СР3.3	Подготовка к рубежному контролю	3
СР3.4	Другие виды самостоятельной работы	28
4	Экзамен	30
СР4.1	Подготовка к экзамену	30

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Рабочая программа дисциплины.
2. Учебная литература и дополнительные материалы [Раздел 7 Рабочей программы дисциплины].
3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [Раздел 8 Рабочей программы дисциплины].
4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины [Раздел 9 Рабочей программы дисциплины], обеспечивающие самостоятельную работу студента при подготовке к учебным занятиям, выполнении домашних работ, подготовке к контрольным мероприятиям и аттестациям.
5. Комплект индивидуальных заданий.

Студенты получают доступ к указанным материалам начиная с первого занятия по дисциплине.

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (раздел 1). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.

ФОС является приложением к данной рабочей программе дисциплины.

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Литература по дисциплине

1. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ в 2 ч. Часть 1. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Молчанова Н. Н. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/69505EBE-ED1A-4E4B-B047-49B4657D15F2>.
2. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Короткова Т. Л. - 2022. - URL: <https://urait.ru/book/8FBACC17-9F08-4111-939C-91105B488C4A>.
3. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ в 2 ч. Часть 2. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Молчанова Н. Н. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/6B2CEDEC-00C7-4D16-A710-7B59D63BC0C8>.
4. Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций / Миронова Д.Ю. - 2015. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/68132.html>.

### Дополнительные материалы

1. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381>
2. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450087>

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, РЕКОМЕНДУЕМЫХ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПРИ ОСВОЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Сайт кафедры «Экономика и управление»: <https://mf.bmstu.ru/info/faculty/kf/caf/k4/>
2. Открытая информационная группа кафедры в социальной сети [https://www.instagram.com/k4\\_bmstu/](https://www.instagram.com/k4_bmstu/)
3. Российская государственная библиотека. <http://www.rsl.ru>.
4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. <http://www.gpntb.ru>.
5. Библиотека МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu.ru>.
6. Научно-техническая библиотека КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu-kaluga.ru>.
7. Научная электронная библиотека <http://eLIBRARY.RU>.
8. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>.
9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.
11. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Юрайт» <https://biblio-online.ru>.
12. Центральная библиотека образовательных ресурсов Минобрнауки РФ. [www.edulib.ru](http://www.edulib.ru).
13. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>.
14. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. <http://fcior.edu.ru>.
15. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - <http://ecsocman.hse.ru/>
16. «Российское предпринимательство» Электронный ресурс. Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/journals/rp>
17. Деловой журнал «РБК». Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/>

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание нижеследующие положения.

Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершённый раздел курса. Дисциплина делится на четыре модуля (включая экзамен).

На первом занятии студент получает информацию для доступа к комплексу учебно-методических материалов по дисциплине.

**Лекционные занятия** посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений курса и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку.

**Семинарские занятия** проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, индивидуальных и(или) групповых консультаций, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**Самостоятельная работа** студентов включает следующие виды: проработка учебного материала лекций, подготовка к семинарам, подготовка к экзамену, подготовка к рубежному контролю. Результаты всех видов работы студентов формируются в виде их личного рейтинга, который учитывается на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате поиска, анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации из всех возможных источников.

**Текущий контроль** проводится в течение каждого модуля, его итоговые результаты складываются из оценок по следующим видам контрольных мероприятий:

- Рубежный контроль.

Освоение дисциплины и ее успешное завершение на стадии промежуточной аттестации возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля. Набрать рейтинг по всем модулям в каждом семестре, пройти по каждому модулю плановые контрольные мероприятия в течение экзаменационной сессии невозможно.

Для завершения работы в семестре студент должен выполнить все контрольные мероприятия.

**Промежуточная аттестация** по дисциплине проходит в форме экзамена, контролирующего освоение ключевых, базовых положений дисциплины, составляющих основу остаточных знаний по ней.

### Методика оценки по рейтингу

Студент, выполнивший все предусмотренные учебным планом задания и сдавший все контрольные мероприятия, получает итоговую оценку по дисциплине за семестр в соответствии со шкалой:

Рейтинг	Оценка на экзамене
85 – 100	отлично
71 – 84	хорошо
60 – 70	удовлетворительно
0 – 59	неудовлетворительно

Оценивание дисциплины ведется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.



## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

### **Информационные технологии:**

- Электронная информационно-образовательная среда МГТУ им. Н.Э. Баумана обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность синхронного и асинхронного взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий и служб по пересылке и получению электронных сообщений между пользователями компьютерной сети Интернет.
- e-mail преподавателя для оперативной связи: bukova@bmstu.ru

### **Программное обеспечение:**

- PowerPoint
- Word

### **Информационные справочные системы:**

- Информационно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>;
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>;

### **Профессиональные базы данных:**

- Библиотека экономической и деловой литературы <http://www.aup.ru/library/>
- Федеральная служба государственной статистики <http://rosstat.gov.ru/>

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ  
ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины

<b>№, п/п</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Вид и наименование оборудования</b>
1	Лекции	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
2	Семинары	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
3	Самостоятельная работа	библиотека, имеющая рабочие места для студентов; выставочные залы; аудитории, оснащенные компьютерами с доступом к сети Интернет. Социокультурное пространство университета позволяет студенту качественно выполнять самостоятельную работу.

Утверждена на заседании кафедры К4

«Экономика и управление»

Протокол № 8 от 15.04.2022 г.

## **ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ**

### **1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины**

Литература по дисциплине:

1. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ в 2 ч. Часть 1. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Молчанова Н. Н. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/69505EVE-ED1A-4E4B-B047-49B4657D15F2>.
2. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Короткова Т. Л. - 2022. - URL: <https://urait.ru/book/8FBACC17-9F08-4111-939C-91105B488C4A>.
3. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ в 2 ч. Часть 2. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Молчанова Н. Н. - 2021. - URL: <https://urait.ru/book/6B2CDEDC-00C7-4D16-A710-7B59D63BC0C8>.

### **2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

##### **Программное обеспечение:**

- LibreOffice
- OpenOffice
- КонсультантПлюс

##### **Преподаватель кафедры:**

Букова А.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, доцент, [bukova@bmstu.ru](mailto:bukova@bmstu.ru)

## **ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ**

### **1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины**

Литература по дисциплине:

1. Стоянова М. В. Маркетинг в инновационной сфере. Домашнее задание : учебно-методическое пособие / Стоянова М. В. ; МГТУ им. Н. Э. Баумана (национальный исследовательский ун-т). - М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2022. - 24 с. : рис., табл. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-7038-5789-2.
2. Маркетинг в инновационной сфере Учебно-методическое пособие / Кощеева Е.О., Шиколенко Е.В., Федотова М.А. - 2020. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/115851.html>.
3. Инновационный маркетинг: учебник / Красюк И. А., Крымов С. М., Иванов Г. Г., Кольган М. В. - 2020. - URL: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=600310](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=600310).

### **2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

##### **Программное обеспечение:**

- КонсультантПлюс
- Р7-Офис.Профессиональный

##### **Преподаватель кафедры:**

Букова А.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, доцент, [bukova@bmstu.ru](mailto:bukova@bmstu.ru)

Утверждена на заседании кафедры К4

«Экономика и управление»

Протокол № 9 от 16.04.2024 г.

## **ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ**

### **1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины**

Литература по дисциплине:

1. Стоянова М. В. Маркетинг в инновационной сфере. Домашнее задание : учебно-методическое пособие / Стоянова М. В. ; МГТУ им. Н. Э. Баумана (национальный исследовательский ун-т). - М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2022. - 24 с. : рис., табл. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-7038-5789-2.
2. Маркетинг в инновационной сфере Учебно-методическое пособие / Кощеева Е.О., Шиколенко Е.В., Федотова М.А. - 2020. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/115851.html>.

### **2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:**

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

**Программное обеспечение:**

- LibreOffice

**Преподаватель кафедры:**

Букова А.А., доцент (к.н.), кандидат экономических наук, доцент, [bukova@bmstu.ru](mailto:bukova@bmstu.ru)