

Компонент ОПОП

27.03.05 «Иноватика»

наименование ОПОП

Б1.О.19

шифр дисциплины

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)

Маркетинг в инновационной сфере

Разработчик(и):

Гапоненкова Н.Б.

ФИО

доцент

должность

к.э.н., доцент

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 8 от 21.03.24

Заведующий кафедрой

ЭиУ

Щебарова Н.Н.

подпись

ФИО

Мурманск  
2024

## Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 з.е.

1. **Результаты обучения по дисциплине (модулю)**, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций <sup>1</sup>	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<b>УК-10</b> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 <sub>ук10</sub> знает основные законы и закономерности функционирования экономики	<b>Знать:</b> основные понятия, категории маркетинга и маркетинговой среды организации; виды инновационного маркетинга <b>Уметь:</b> использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для решения задач в области инновационных процессов
<b>ОПК-5</b> Способен решать задачи в области инновационных процессов в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности	ИД-2 <sub>опк5</sub> умеет решать задачи в области инновационных процессов	<b>Владеть:</b> навыками решения задач в области инновационных процессов

### 2. Содержание дисциплины (модуля)

**Тема 1. Значение инноваций в маркетинге.** Понятие и роль инноваций в маркетинге. Проведение маркетинговых исследований инноваций.

**Тема 2. Бизнес-моделирование как инновационный вид разработки маркетинговых стратегий.** Инновационные технологии маркетинга в Интернете и социальных сетях

**Тема 3. Современные инновационные виды маркетинга:** Вирусный и партизанский вид маркетинга, экологический и социальный виды маркетинга.

**Тема 4. Нейромаркетинг и когнитивный маркетинг** как инструменты установления взаимодействия основных участников рынка.

**Тема 5. Маркетинг высоких технологий.** Рынок высоких технологий, развитие высокотехнологичных продуктов, развитие высокотехнологичных рынков, маркетинг высокотехнологичных продуктов.

### 3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «[Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным](#)».

### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);

- задания текущего контроля;

- задания промежуточной аттестации;

- задания внутренней оценки качества образования.

<sup>1</sup> Указываются индикаторы достижения компетенций, закрепленные за данной дисциплиной (модулем)

**5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы** (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

**Основная литература:**

1. *Маркетинг. Практический курс : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18044-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534188>*

2. *Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536414>*

3. *Маркетинг. Практический курс : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18044-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534188>*

**Дополнительная литература:**

4. *Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>*

5. *Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544594>*

**6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1) *Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>*

2) *Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - URL: <http://window.edu.ru>*

3) *Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>*

4) *<https://www.gov-murmansk.ru> – официальный портал Правительства Мурманской области.*

5) *<http://murmanskstat.gks.ru> – Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области (Мурманскстат).*

6) *<http://www.mgounb.ru> – официальный сайт Мурманской государственной областной универсальной научной библиотеки.*

7) *[marketing.spb.ru/mass/](http://marketing.spb.ru/mass/) – Маркетинговая периодика, журналы о маркетинге.*

8) *<http://www.mavriz.ru/articles/rubric/?rubric=16> – Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» – Статьи журнала в рубрике «Маркетинговые исследования».*

9) *<http://www.finbook.biz> – Электронная библиотека бесплатных электронных книг*

по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам.

10) [www.cnews.ru](http://www.cnews.ru) – новостной сайт, содержащий информацию о рынках высоких технологий.

#### **7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

- 1) *Операционная система Microsoft Windows Vista*
- 2) *Офисный пакет Microsoft Office 2007*
- 3) *Офисный пакет Microsoft Office 2010*

#### **8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ**

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)** представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

## 10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1<sup>2</sup> – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности <sup>3</sup>	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения										
	Очная				Очно-заочная				Заочная		
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов	Семестр/Курс		Всего часов
	2										
Лекции	18			18							
Практические занятия	18			18							
Лабораторные работы	-			-							
Самостоятельная работа	108			108							
Подготовка к промежуточной аттестации <sup>4</sup>	-			-							
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>144</b>			<b>144</b>							
/ из них в форме практической подготовки <sup>5</sup>											

### Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	-			-							
Зачет/зачет с оценкой	+/-			+/-							
Курсовая работа (проект)	-			-							
Количество расчетно-графических работ	-			-							
Количество контрольных работ	-			-							
Количество рефератов	-			-							
Количество эссе	-			-							

<sup>2</sup> Разработчикам РП можно убирать столбцы с формами обучения, если данная форма не реализуется в МГТУ,

<sup>3</sup> При отсутствии вида учебной деятельности, формы промежуточной аттестации и текущего контроля соответствующая строка может быть удалена

<sup>4</sup> Для экзамена очной и очно-заочной формы обучения - 36 часов, для экзамена заочной формы обучения - 9 часов, для зачета заочной формы обучения - 4 часа.

<sup>5</sup> Организуется при реализации учебных дисциплин (модулей) путем проведения практических занятий, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, 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.

## Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Инновационные методы исследования потребителей.
2	Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга.
3	Вирусный и партизанский вид маркетинга как инновационные виды маркетинга.
4	Нейромаркетинг и когнитивный маркетинг как инструменты установления взаимодействия основных участников рынка.
5	Маркетинг высоких технологий как способ создания конкурентного преимущества на высокотехнологичных рынках.