

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.04.2024 11:07:02
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Innovation Marketing» входит в программу бакалавриата «Цифровая экономика» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 2 разделов и 4 тем и направлена на изучение и выработку научно-практические навыки продвижения инновационного продукта на рынок, провести диагностику инновационного потенциала, инновационного процесса в организации, а также рассмотрение особенностей поведения субъекта на рынке инноваций

Целью освоения дисциплины является изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводом и продвижением на рынок инноваций, а также выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг инноваций» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	ПК-2.1 Изучает методы работы с заинтересованными сторонами, проводит анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия; ПК-2.2 Использует информацию о методах, техниках, процессах и инструментах управления требованиями заинтересованных сторон и факторах, влияющих на деятельность организации; ПК-2.3 Осуществляет качественный анализ информации с точки зрения выбранных критериев, предметной области и специфики деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;
ПК-3	Способен анализировать конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-3.1 Изучает рынок, стоимость товаров и услуг, их характеристики, сегменты рынка; ПК-3.2 Использует знания конъюнктуры рынка для реализации товаров и услуг, умеет использовать различные методы анализа; ПК-3.3 Анализирует рынок, предлагает на этой основе определенные товары и услуги, может объяснить систему ценообразования по данным категориям товаров;
ПК-5	Способен проводить мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков	ПК-5.1 Понимает принципы и порядок работы справочных правовых систем, основы классификации и систематизации информационных материалов и нормативных актов в них в интересах решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной культуры; ПК-5.2 Использует комплексные знания в области цифровых денег, валютно-расчетных операций, закономерностей функционирования и особенностей регулирования бизнеса; ПК-5.3 Применяет навыки осуществления сбора, анализа и обобщения информации, необходимой для оценки состояния финансово-кредитной системы и товарно-сырьевых отношений;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг инноваций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг инноваций».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	Управление IT-проектами; Международные валютно-кредитные отношения; Финансовые технологии (FinTech); No-code; Product Management;	Преддипломная практика;
ПК-3	Способен анализировать конъюнктуры рынка товаров и услуг	Цифровой маркетинг; Современные технологии маркетинга в цифровой среде; <i>Unit-экономика**</i> ; <i>Цифровая логистика**</i> ; <i>Цифровой банкинг**</i> ; <i>Sharing экономика**</i> ; <i>Индустрия цифровых коммуникаций**</i> ; <i>Интернет вещей (IoT)**</i> ;	Преддипломная практика;
ПК-5	Способен проводить мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков	Ценообразование в условиях цифровой экономики и искусственного интеллекта; Электронная коммерция; Международные валютно-кредитные отношения; <i>Дизайн-мышление**</i> ; Финансовые технологии (FinTech);	Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Innovation Marketing» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	38		38
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике	1.1	Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая. 1.Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в экономике. 2.Специфика рынка инновационной продукции. 3.Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций. 4.Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса. 5.Стратегия и тактика воздействия на потребителя-новатора. 6.Инновационные территориальные кластеры как инструменты повышения конкурентоспособности высокотехнологических инноваций. 7.Стейкхолдеры маркетинга инноваций в наукоемких отраслях.	
		1.2	Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий. 1.Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций. 2.Механизм маркетинга инноваций. 3.Роль стратегического маркетинга при создании инноваций. 4.Методы анализа рынка и текущего планирования маркетинга инновационной продукции. 5.Внутри фирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей. 3. Тема 3. Тенденции модернизации 2.Интрамаркетинг и когнитивные методы решения задач маркетинга высокотехнологичных инноваций. 3.Холистический маркетинг – путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса. 4.Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.	
Раздел 2	Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	2.1	1.Латеральный подход к креативный метод эффективного маркетинга. 2.Интрамаркетинг и когнитивные методы решения задач маркетинга высокотехнологичных инноваций. 3.Холистический маркетинг – путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса. 4.Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.	
		2.2	Маркетинговые инструменты разработки продуктовых инноваций высокотехнологичных отраслях. 1.Маркетинговый «портрет» высокотехнологичных инноваций. 2.Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание. 3.Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. 4.Методология исследования конкурентоспособности новой продукции на основе концепции маркетинга инноваций. 5.Роль информационных технологий в маркетинговом	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538134> (дата обращения: 19.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538810> (дата обращения: 19.04.2024).

Серия

Высшее образование

Тематика/подтематика

Менеджмент / Инноватика

Дисциплины

Маркетинг в инновационной сфере , Основы маркетинга в сфере сервиса , Маркетинг инноваций , Маркетинг услуг , Основы маркетинга сферы услуг , Маркетинг и ценообразование в банке , Маркетинг технологических инноваций , Маркетинг высокотехнологичных товаров , Маркетинг инноваций в условиях современной экономики , Маркетинг сферы услуг , Маркетинговые исследования рынка художественных материалов , Маркетинговое управление компанией и инновации , Маркетинг и инновации , Экономика и маркетинг инноваций , Работа с CRM-системами в отделах маркетинга и продаж , Основы маркетинга инноваций , Маркетинг технических инноваций , Маркетинговые исследования рынка строительной продукции , Маркетинговые инновации , Коммуникация и маркетинг инноваций , Маркетинговое проектирование инноваций , Маркетинговые исследования на основе патентной информации , Маркетинговые исследования рынка инноваций , Маркетинговый анализ инноваций , Маркетинговые инновации в промышленности , Особенности маркетинговых инноваций , Маркетинг в сфере сервиса , Маркетинговые решения в бизнесе и инновациях , Маркетинговый анализ рынка инноваций , Технологии маркетинга сферы услуг

2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514123> (дата обращения: 19.04.2024).

Серия

Высшее образование

Тематика/подтематика

Менеджмент / Инноватика

Дисциплины

Маркетинг в инновационной сфере , Маркетинг инноваций

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг инноваций».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

_____	_____	_____
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Главина Софья Григорьевна <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

_____	_____	_____
<i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

_____	_____	_____
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Главина Софья Григорьевна <i>Фамилия И.О.</i>