

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной и  
методической работе

*[Signature]* / Шубаева В.Г./

« 17 » 06 20 19 г.

**МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

*[Signature]* / к.э.н., доцент Жукова Т.Н.

Санкт-Петербург  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА .....	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	5
7.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
7.2. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	6
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
9.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	8
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	9

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** сформировать у студентов системное представление о совокупности управленческих задач, связанных с маркетинговыми аспектами построения инновационно-ориентированной бизнес-модели предприятия с учетом коммерческих рисков, о потребительском поведении по отношению к новым товарам, а также привить им умения и навыки управления маркетинговой деятельностью в области разработки, тестирования и вывода на рынок новой продукции.

**Задачи:**

- сформировать представление о содержании инновационных процессов в современной экономике и соответствующих задачах маркетинга;
- сформировать систему знаний о специфике организации и осуществления маркетинговой деятельности, связанной с разработкой и выводением на рынок новых продуктов, рисках при осуществлении инновационной деятельности;
- развить у студентов умения и навыки выявления существующих и потенциальных запросов потребителей, оценки рисков при внедрении инноваций, поиска способов создания потребительской ценности с учетом существующих компетенций предприятия, привлечения потребителей и партнеров к совместному созданию ценности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ «Маркетинг инноваций» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-15	Знать: основные виды рыночных рисков при разработке и внедрении новых продуктов, программ лояльности основные методы оценки рыночной информации о потребителях, методы маркетинговых исследований, используемых в сфере разработки новых товаров, основные подходы к формированию и реализации инновационных проектов, основные виды рыночных рисков 3 (ПК-15); Уметь: планировать инновационные проекты, выбирать методы маркетинговых исследований при разработке новых товаров, выбирать методы оценки рыночной информации о потребителях, адекватные конкретной управленческой задаче У (ПК-15); Владеть:

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
		навыками анализа маркетинговой среды при принятии решений о разработке и внедрении продуктовых инноваций В (ПК-15)

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 6 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Значение инноваций в современной экономике. Понятия маркетинга инноваций	2	2	-	14
Тема 2. Модели поведения потребителей по отношению к новым товарам	4	4	-	14
Тема 3. Инновационные бизнес-модели предприятия	6	4	-	16
Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере разработки инновационной продукции	4	2	-	14
Тема 5. Маркетинг инновационных продуктов	4	4	-	14
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>72</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **Тема 1. Значение инноваций в современной экономике. Понятия маркетинга инноваций**

Понятия маркетинга инноваций. Роль инноваций в экономике. Технологические уклады и их характеристика, влияние технологического уклада на стратегии организаций. Диффузия инноваций. Типы инноваций. Инновации и современные концепции маркетинга.

##### **Тема 2. Модели поведения потребителей по отношению к новым товарам**

Факторы, влияющие на восприятие потребителями инноваций. Характеристики потребителей с точки зрения восприятия новых товаров. Барьеры восприятия инноваций. Управление поведением потребителей при выводе новой продукции. Вовлечение потребителей в разработку товара.

##### **Тема 3. Инновационные бизнес-модели предприятия**

Этапы процесса разработки нового товара. Восприятие инноваций в организации. Подходы к процессу создания и внедрения инноваций на предприятиях. Формирование

инновационно-ориентированной цепочки создания ценностей. Партнерства в сфере инновационной деятельности, взаимодействие со стейкхолдерами в инновационном процессе. Планирование инновационных проектов. Корпоративные стандарты в сфере инновационной деятельности. Повышение инновационной активности персонала. Краудсорсинг.

#### **Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере разработки новой продукции**

Особенности маркетинговых исследований потребности в новом товаре. Методы маркетинговых исследований, используемых в сфере разработки новых товаров. Тестирование инновационных идей и новой продукции. Оценка инновационных рисков.

#### **Тема 5. Маркетинг инновационных продуктов**

Особенности маркетинговых стратегий в инновационной сфере. Проблемы продвижения инноваций. Управление маркетингом высокотехнологичной продукции.

### **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Типы инноваций. Задачи маркетинга инноваций на российских предприятиях	СЗ. Дискуссия
2	Современные потребительские тренды. Вовлечение потребителей в разработку нового товара	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций ПЗ: Выполнение практического задания
3	Цепочка создания ценности инновационно-ориентированного предприятия	ПЗ: Выполнение практического задания
1-3	Презентация самостоятельной работы 1 (аналитическая работа)	СЗ: Презентация и обсуждение
4	Исследование потребности в новом товаре	ПЗ: Выполнение практического задания
5	Разработка стратегии вывода на рынок нового товара	ПЗ. Выполнение кейса
4-5	Презентация самостоятельной работы 1 (учебный проект)	СЗ: Презентация и обсуждение

\* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

### **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

#### **7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно

освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в двухнедельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

## 7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка разделов самостоятельной работы 1. Подготовка к участию в дискуссии. Подготовка к проверке знаний по теме
2,3	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов самостоятельной работы 1
4,5	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов самостоятельной работы 2

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Маркетинг инноваций» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (темы №№ 1, 2,3);
- анализ конкретных ситуаций (тема №2);
- групповая консультация (темы №№1,2,3,4,5)
- кейс-технология (тема № 5);
- игровое проектирование (темы №4-5).

Проблемная лекция - характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Анализ конкретных ситуаций - анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Групповая консультация предполагает вовлечение всего коллектива учебной группы в творческое обсуждение поставленных вопросов в рамках изучаемой дисциплины. На вопросы, сформулированные одними студентами (или командами студентов), отвечают другие студенты (или команды студентов). Преподаватель помогает найти верный ответ.

Кейс-технология - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Игровое проектирование предполагает наличие исследовательской, инженерной или методической проблемы или задачи; разделение участников на небольшие соревнующиеся группы и разработку ими вариантов решения поставленной проблемы (задачи); проведение заключительного заседания экспертного совета, на котором группы публично защищают разработанные варианты решений.

## 9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основн ая/ доп. литерат ура	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
1. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Юрайт, 2019. — 257 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Текст : электронный	Осн.	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Юрайт, 2019. — 275 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Текст : электронный	Осн.	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
3. Жукова Т.Н. Маркетинг инноваций : учебное пособие / Т.Н.Жукова ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. маркетинга. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 65 с. : ил. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://opac.unicon.ru">opac.unicon.ru</a> .	Осн.	25	<a href="#">ЭБ ОРАС.UNECON.R U</a>
4. Секерин, В.Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	Осн.	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
5. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс)	Доп.	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>

6. Киреев, В.С. Маркетинг инноваций : Конспект лекций / В.С. Киреев. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2017.- 115 с.	Доп.	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
---	------	---	-----------------------------

**Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)**

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>

**Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)**

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПБГЭУ – <a href="http://opac.unecon.ru">opac.unecon.ru</a>

## **9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).



В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.