

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Попов Анатолий Николаевич
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2021 09:30:55
Уникальный программный ключ:
1e0c38dcc0aee73cee1e5c09c1d5873fc7497bc8

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Маркетинг инноваций на транспорте рабочая программа дисциплины (модуля)¹

Закреплена за кафедрой **Логистика и транспортные технологии**

Учебный план Направление подготовки 27.03.05 «Инноватика Управление инновациями

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Вид занятий	Итого			
	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
Контактные часы на аттестацию				
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	38	38	38	38
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

Доцент кафедры «Логистика и транспортные технологии» Христофорова Л.Л.

Оренбург

¹ Рабочая программа подлежит ежегодной актуализации в составе основной профессиональной образовательной программы (ОПОП). Сведения об актуализации ОПОП вносятся в лист актуализации ОПОП.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель изучения дисциплины «Маркетинг инноваций» состоит в освоении научных и эмпирических знаний о возможностях эффективного использования производственных ресурсов в условиях современной рыночной экономики. Целями изучения является создание у студентов основы экономических знаний,
1.2	Основной задачей изучения дисциплины является познание теоретических основ функционирования экономических систем: механизма макроэкономического равновесия, стабилизационной политики государства, факторов экономического роста, экономического выбора производителей и потребителей, а также формирование и эволюцию современной экономической мысли.
1.3	При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
Знать:	
Уровень 1	важнейшие понятия, связанные с маркетингом инноваций;
Уровень 2	этапы инновационного процесса;
Уровень 3	формы организации маркетинговой деятельности
Уметь:	
Уровень 1	анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов
Уровень 2	применять методы и инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для разработки
Уровень 3	организовать службу маркетинга в инновационно-ориентированной компании
Владеть:	
Уровень 1	навыками проведения анализа предметной области и представления результатов для аудитории
Уровень 2	формами организации маркетинговой деятельности в инновационно-ориентированных компаниях
Уровень 3	способностью решения технико-экономических задач и приемами анализа инновационных проектов
ПК -9 способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования	
Знать:	
Уровень 1	Аудит в инновационной сфере
Уровень 2	Виды основных рисков на отечественном и зарубежном рынке инноваций
Уровень 3	Методы оценки рисков
Уметь:	
Уровень 1	ориентироваться в рыночной среде
Уровень 2	работать с нормативной документацией
Уровень 3	анализировать портфель инновационного проекта
Владеть:	

Уровень 1	методы и критерии оценки инновационных проектов
Уровень 2	способностью разработки стратегии бизнеса
Уровень 3	методы расчета затрат на реализацию инновационного проекта

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	В форме ПП
1.1	Раздел 1. Содержание и сущность инновационного маркетинга	5/3	2	0
1.2	Инновационный продукт. Классификация инноваций	5/3	2	0
1.3	Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики	5/3	2	0
1.4	Инновации как продукт обмена на рынке. Основные понятия	5/3	4	0
1.5	Новинка и ее восприятие	5/3	2	0
1.6	Раздел 2 Рынок инноваций	5/3	2	0
1.7	Формирование и распространение инноваций. Предпосылки создания рынка инноваций.	5/3	2	0
1.8	Государственное регулирование рынка инноваций	5/3	2	0
1.9	Специфика функционирования рынка инноваций. Факторы развития рынка инноваций.	5/3	4	0
1.10	Раздел 3 Покупатели на рынке инноваций	5/3	2	0
1.11	Характеристика инновационного спроса	5/3	2	0
1.12	Специфика покупательского поведения на рынках инноваций.	5/3	4	0
1.13	Раздел 4 Поставщики и продавцы на рынке инноваций	5/3	2	0
1.14	Сущность и виды инновационных организаций	5/3	2	0
1.15	Маркетинговое сопровождение инновационных продуктов	5/3	2	0
1.16	Формы и методы взаимодействия субъектов на рынке инноваций	5/3	4	0
1.17	Раздел 5. МИС и маркетинговые исследования на рынке инноваций	5/3	2	0

1.18	Маркетинговая информационная система на инновационном предприятии	5/3	2	0
1.19	Бенчмаркинг как метод маркетинговых исследований и формирования системы знаний инновационного предприятия	5/3	4	0
1.20	Раздел 6. Маркетинговые стратегии на рынке инноваций	5/3	2	0
1.21	Стратегическое планирование инновационной деятельности	5/3	2	0
1.22	Маркетинговое управление инновационными проектами. Планирование процесса создания и реализации инноваций.	5/3	4	0
1.23	Раздел 7. Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий.	5/3	2	0
1.24	Планирование затрат и формирование цены в процессе трансфера технологий.	5/3	4	0
1.25	Раздел 8. Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности	5/3	2	0
1.26	Стратегии выходы на новые рынки	5/3	2	0
1.27	Формирование замысла, исследование инвестиционных возможностей	5/3	2	0
1.28	Оценка эффективности инновационных проектов	5/3	4	0
Раздел 4. Самостоятельная работа				
4.1	Подготовка к лекциям	5/3	18	0
4.2	Подготовка к практическим занятиям	5/3	36	0
4.3	Подготовка к экзамену	5/3	18	0
	Экзамен			

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

4.1. Фонд оценочных средств по текущему контролю

Тестирование после лекции, семинары

4.2. Фонд оценочных средств по промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся оформлен как Приложение №1 к рабочей программе дисциплины

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Рекомендуемая литература

5.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во	Эл. адрес
--	---------------------	----------	-------------------	--------	-----------

Л1.1	Терешина Н.П., Подсорин В.А.	Управление инновациями на железнодорожном транспорте: учебник. —. — 544 с. - Режим доступа:	М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020	1 Электронное издание	http://umc-zdt.ru/books/45/242286/
Л1.2	Романова А.Т.	Интерактивные иерархические производственно-экономические системы в условиях высокодинамической среды: учеб. пособие. — 334 с. -	М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020.	1 Электронное издание	http://umc-zdt.ru/books/45/242199/

5.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во	Эл. адрес
Л2.1	/ под редакцией В.Г. Галабурды и Ю.И. Соколова	Транспортный маркетинг: учебник. — 472 с.	М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на	1 Электронное издание	http://umc-zdt.ru/books/45/242217/

5.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

5.2.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

5.3.1.1	Microsoft Office 2010 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)
5.3.1.2	Microsoft Office 2007 Professional (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)
5.3.1.3	Microsoft Windows 10 Professional 64-bit Russian DSP OEI
5.3.1.4	Microsoft Windows 7/8.1 Professional
5.3.1.5	Сервисы ЭИОС ОриПС
5.3.1.6	AutoCAD
5.3.1.7	WinMashine 2010™ (v 10.1),
5.3.1.8	КОМПАС-3D

5.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

5.3.2.1	СПС «Консультант Плюс»
5.3.2.2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
5.3.2.3	ЭБС Учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте (ЭБ УМЦ ЖДТ)
5.3.2.4	ЭБС издательства "Лань"
5.3.2.5	ЭБС BOOK.RU
5.3.2.6	ЭБС «Юрайт»

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 При изучении дисциплины в формате непосредственного взаимодействия с преподавателями

6.1.1	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, Читальный зал. Оснащенность: рабочее место, компьютер (ноутбук) с доступом к сети «Интернет» и ЭИОС.
-------	---

6.1.2	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, Учебная аудитория. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран). Помещение для самостоятельной работы.
6.2 При изучении дисциплины в формате электронного обучения с использованием ДОТ	
6.2.1	Неограниченная возможность доступа обучающегося к ЭИОС из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории организации, так и вне ее.
6.2.2	Доступ к системам видеоконференцсвязи ЭИОС (мобильная и десктопная версии или же веб-клиент).