

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 28.09.2023 13:04:33
Уникальный программный ключ:
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **27.04.05 Инноватика**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление инновациями в электронной технике**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Факультет инновационных технологий (ФИТ)**
Кафедра: **Кафедра управления инновациями (УИ)**
Курс: **1**
Семестр: **2**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	2 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	54	54	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	20	20	часов
Самостоятельная работа	72	72	часов
Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
Общая трудоемкость	180	180	часов
(включая промежуточную аттестацию)	5	5	з.е.

Формы промежуточной аттестация

	Семестр
Экзамен	2

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. сформировать способность найти (выбирать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности.

2. сформировать способность разрабатывать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ.

3. сформировать способность представлять (опубликовать) результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке.

1.2. Задачи дисциплины

1. изучить теоретические основы маркетинга инновационного продукта и знания его особенностей, связанных со спецификой инновационного продукта как товара, отличающегося от традиционных товаров.

2. научиться использовать результаты маркетинговых исследований для оценки экономического потенциала инновации, затрат на реализацию научно-исследовательского проекта.

3. сформировать способности применять маркетинговые исследования для выбора (нахождения) оптимальных решений при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности.

4. сформировать способности применять маркетинговые исследования для разработки плана и программы организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ.

5. сформировать способности представлять (публиковать) результаты научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе и на иностранном языке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль профессиональной подготовки (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.01.02.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
Универсальные компетенции	
-	-
Общепрофессиональные компетенции	
-	-
Профессиональные компетенции	

ПК-1. Способен выявлять заинтересованных лиц и их требования, управлять требованиями и запросами на изменение при реализации инновационного проекта	ПК-1.1. Знает рекомендованный состав требований к инновационной разработке
	ПК-1.2. Умеет выявлять стейкхолдеров и их интересы
	ПК-1.3. Владеет навыками управления требованиями, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК-8. Способен проводить анализ рынка для проектирования новых продуктов и их свойств	ПК-8.1. Знает основы маркетинга инноваций
	ПК-8.2. Умеет проводить анализ заданного сегмента рынка и выявлять тенденции
	ПК-8.3. Владеет навыками проектирования новых продуктов и их свойств

4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
2 семестр
1 Роль маркетинга в экономическом развитии страны на современном этапе
2 Организация деятельности маркетинговой службы
3 Планирование цены и объема выпуска нового продукта
4 Маркетинг новых технологий
5 Маркетинг на рынке инвестиционного капитала