

Документ подписан электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 26.10.2023 13:26:43  
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**

**Основы маркетинга инноваций**

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**

Направление подготовки / специальность: **27.03.05 Инноватика**

Направленность (профиль) / специализация: **Управление инновациями в электронной технике**

Форма обучения: **очная**

Факультет: **ФИТ, Факультет инновационных технологий**

Кафедра: **УИ, Кафедра управления инновациями**

Курс: **2**

Семестр: **4**

Учебный план набора 2020 года

**Распределение рабочего времени**

№	Виды учебной деятельности	4 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	36	36	часов
2	Практические занятия	36	36	часов
3	Всего аудиторных занятий	72	72	часов
4	Самостоятельная работа	72	72	часов
5	Всего (без экзамена)	144	144	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
7	Общая трудоемкость	180	180	часов
		5.0	5.0	З.Е.

Экзамен: 4 семестр

Томск

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1. Цели дисциплины

формирование компетенций, связанных со способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования;

формирование компетенций, связанных со способами оценки внешней среды и потенциала компаний, основанных на практическом опыте;

формирование способности использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования;

подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности, связанной с выполнением междисциплинарных проектов в профессиональной деятельности, в том числе международной.

### 1.2. Задачи дисциплины

– сформировать компетенции, связанные со способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования;

– сформировать компетенции, связанные со способами оценки внешней среды и потенциала компаний, основанные на практическом опыте;

– сформировать способности использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования;

– подготовить выпускников к организационно-управленческой деятельности, связанной с выполнением междисциплинарных проектов в профессиональной деятельности, в том числе международной.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы маркетинга инноваций» (Б1.В.02.03) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Управление инновационной деятельностью.

Последующими дисциплинами являются: Промышленные технологии и инновации.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-9 способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования ;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** основные термины и определения при работе с научно-технической информацией по тематике исследования, принципы управления инновационными процессами, организации и управления инновациями; теорию, методы и инструментарий управления проектами; основные термины и определения технологических инноваций; экономику инновационного процесса, экономических основ производства, основ финансовой и банковской системы; основные принципы, функции менеджмента, принципы построения организационных структур и распределения функций управления, комплексной подготовки производства; основные отечественные и зарубежные достижения по тематике исследования.

– **уметь** анализировать научно-техническую информацию по тематике исследования; планировать деятельность человеческих ресурсов организаций и подразделений, формировать организационную и управленческую структуру организаций, организовать работу исполнителей для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; использовать правила производственной, информационной безопасности и нормы охраны труда в профессиональной деятельности; проводить расчеты затрат на производство и реализацию продукции, определять финансовые результаты деятельности предприятия; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, аргументировать свою позицию и брать ответственность за свои решения; выполнить анализ потенциала инновации; обобщать отечественный и зарубежный опыт по те-

матике исследования.

– **владеть** методами поиска и обработки научно-технической информации по тематике исследования; инструментальными средствами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; разработки и реализации корпоративной и конкурентной стратегии управления технологическими инновациями; методами и средствами разработки и оформления технической документации, типовыми методами контроля качества продукции и услуг; методами менеджмента, практическими навыками решения конкретных технико-экономических, организационных и управленческих вопросов.

#### 4. Название разделов (тем) дисциплины

Названия разделов дисциплины
4 семестр
1 Особенности маркетингового анализа инвестиционных проектов
2 Анализ ситуации: привлекательность для компании и выбор целевого рынка
3 Анализ конкурентной среды
4 Оценка концепции нового продукта
5 Особенности выведения на рынок и продвижения новых товаров
6 Контроль выполнения и оценка результатов