

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Автоматизации и управления»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №11 от 11 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«МАРКЕТИНГ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ»

Направление: 27.03.05 Инноватика

Инженерный менеджмент, супервайзинг инноваций в нефтегазовой отрасли

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: заочная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Иванова Инна Ивановна
Дата подписания: 19.08.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Елшин Виктор
Владимирович
Дата подписания: 28.08.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Конюхов
Владимир Юрьевич
Дата подписания: 19.08.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Маркетинг в инновационной сфере» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК ОС-9 Способен применять знания особенностей формирующихся технологических укладов и четвертой промышленной революции в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития	ОПК ОС-9.2

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК ОС-9.2	Владеет знаниями в области маркетинга в инновационной сфере	Знать общие принципы и особенности маркетинга в инновационной сфере Уметь оценить затраты по реализации проекта Владеть Владеть инструментальными средствами анализа (моделирования) проекта и решения типовых задач анализа и оптимизации

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Маркетинг в инновационной сфере» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Информационные технологии»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Организация и управление НИОКР, высокотехнологичными проектами и программами»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Учебный год № 2
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	14	14
лекции	8	8
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	6	6
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	90	90
Трудоемкость промежуточной	4	4

аттестации		
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет, Курсовой проект	Зачет, Курсовой проект

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Учебный год № 2

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля	
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.		
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	Маркетинг инноваций: сущность и функции	1	2			2	3				Тест
2	Инструменты маркетинга инноваций на предприятии	2	2			1	3	2	74		Тест
3	Управление инновациями на предприятии	3	4					1	16		Тест
	Промежуточная аттестация								4		Зачет, Курсовой проект
	Всего		8				6		94		

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Учебный год № 2

№	Тема	Краткое содержание
1	Маркетинг инноваций: сущность и функции	1.1.Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики. 1.2. Формализация инноваций как объекта маркетинга. 1.3.Функции маркетинга инноваций
2	Инструменты маркетинга инноваций на предприятии	1. Анализ внешнего окружения. 2.Оценка конкурентоспособности нового товара 3.Методы формирования продуктовой политики 4. Методы оценки эффективности инновационного проекта 5.Стратегии выходы на новые рынки
3	Управление инновациями на предприятии	1. Формирование замысла, исследование инвестиционных возможностей. 2. Методы и критерии оценки инновационных проектов. 3. Организация инновационного менеджмента на предприятии. 4. Планирование и прогнозирование при создании нового продукта. 5.Выбор и реализация инновационной стратегии

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Учебный год № 2

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Проведение анализа маркетингового обеспечения инновационной деятельности отечественных предприятий отраслевого предприятия	3
2	Проведение анализа источников возникновения инноваций	3

4.5 Самостоятельная работа

Учебный год № 2

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Итоговый тест	16
2	Подготовка к практическим занятиям (лабораторным работам)	74

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Интерактивные лекции

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по курсовому проектированию/работе:

Методические указания по курсовому проектированию/работе по дисциплине:
«Маркетинг

в инновационной сфере»./ Сост.: М.И.Шестакова. –Иркутск: изд-во ИРНТУ, 2019. -12 с.
[Электронный ресурс]

5.1.2 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Методические указания по проведению практических работ по дисциплине: «Маркетинг в инновационной сфере»./ Сост.: М.И,Шестакова. –Иркутск: изд-во ИРНТУ, 2019. -12 с.
[Электронный ресурс].

5.1.3 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Методические указания по проведению самостоятельных работ по дисциплине:
«Маркетинг в инновационной сфере»./ Сост.: М.И.Шестакова. –Иркутск: изд-во ИРНТУ, 2019. -12 с. [Электронный ресурс]

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 учебный год 2 | Тест

Описание процедуры.

закрепление знаний студентов о психологических особенностях деятельности руководителя по выработке управленческих решений.

Критерии оценивания.

Раздел считается усвоенным при условии, что студент правильно и развернуто ответил на 2 вопроса

Пример задания:

1. Различные подходы к процессу принятия управленческих решений.
2. Общая характеристика управленческих решений.
3. Виды решений.
4. Интуитивные и рациональные решения.
5. Этапы выработки управленческих решений.
6. Принципы принятия коллективных решений.
7. Методы решения управленческих задач их характеристика («Мозговой штурм», Метод синектики, Метод дневников, Метод Гордона, Метод Дельфы, Метод «635», Метод голосования «за и против», Метод утопических игр, Метод Дельбека
8. иметь представление о содержании основных понятий занятия.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК ОС-9.2	Грамотно использует информацию о современных тенденциях в области маркетинга в инновационной сфере	Устный опрос или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Учебный год 2, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Зачет по дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, включающим теоретические вопросы. На подготовку обучающемуся отведено 30 минут.

Для объективного оценивания знаний могут быть заданы дополнительные вопросы по темам курса

Пример задания:

1. Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики.
2. Анализ субъектов и объектов рынка инноваций.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
Формулирует выводы, приводит примеры, уверенно отвечает на дополнительные вопросы. Излагает материал логично, последовательно. Формулирует определения, использует профессиональную терминологию	Отмечены значительные проблемы в усвоении основных тем дисциплины. Выводы поверхностные, содержат ошибки, не приводит примеры, ответы на дополнительные вопросы краткие, неуверенные. Логика изложения нарушена. Затрудняется в определении основных понятий изучаемой дисциплины, не владеет профессиональной терминологией

6.2.2.2 Учебный год 2, Типовые оценочные средства для курсовой работы/курсового проектирования по дисциплине

6.2.2.2.1 Описание процедуры

Оценочным средством для проверки качества подготовки курсового проектирования является собеседование со студентом (защита) по выбранной тематике проекта

Пример задания:

Примерные темы для курсового проектирования:

1. Маркетинг как философия современного бизнеса.
2. Маркетинг и его роль в решении задач стратегического развития предприятия
3. Маркетинг как концепция рыночного управления.
4. Маркетинг потребительского общества: состояние и направления совершенствования.
5. Использование маркетинга на совместных предприятиях.
6. Оценка и оптимизация маркетинга предприятия.
7. Интернет-маркетинг в деятельности предприятия.
8. Инструменты малобюджетного маркетинга.
9. Внешняя и внутренняя среда и ее влияние на содержание маркетинговой деятельности предприятия
10. Маркетинговые решения на рынке инновационных товаров.
11. Принятие маркетинговых решений на рынке инновационных услуг.
12. Правовое обеспечение маркетинговой деятельности.
13. Разработка маркетинговой стратегии предприятия
14. Разработка системы управления взаимоотношениями с клиентами.
15. Разработка программы лояльности потребителей.

16. Автоматизация деятельности маркетинговых служб предприятия.
17. Нейромаркетинг как инструментальный воздействия на потребителя.
18. Удовлетворенность потребителей: оценка и направления повышения.
19. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ.
20. Маркетинговые исследования рынка товаров (услуг).
21. Маркетинговые исследования при выводе нового продукта на рынок.
22. Конкурентоспособность предприятия: состояние и направления
23. Маркетинговый анализ деятельности фирмы.
24. Инструменты и технологии анализа, прогнозирования в маркетинге.
25. Товарная политика в маркетинге.

6.2.2.2.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
<p>Во введении обоснован выбор темы работы, полностью раскрыта её актуальность в научной отрасли, чётко определены и грамотно поставлены цель и задачи курсовой работы. Основная часть работы демонстрирует достаточное количество работ, использованных автором. В ней раскрыто содержание основных терминов, и они адекватно использованы. Критически изучены литературные источники: необходимая информация проанализирована, вычленена,</p>	<p>Введение содержит некоторую нечёткость формулировок, выбор темы чётко не определен. В основной части представлен обзор, а не критический анализ материалов, отсутствует авторское отношение к изученному материалу. В заключении не сформулированы выводы, отсутствует авторское отношение к проблеме, использованная терминология вызывает вопросы, наблюдаются незначительные ошибки в стиле, многие цитаты не грамотно</p>	<p>Во введении содержится лишь попытка обоснования выбора темы и актуальности, отсутствуют чёткие формулировки. Расплывчато определены задачи и цели. Основное содержание - пересказ чужих идей, нарушена логика изложения, заметна слабая попытка автора сформулировать выводы. В заключении автор попытался сделать обобщения, собственного отношения к работе практически не проявил. В приложении допущено несколько грубых ошибок. Не выдержан стиль требуемого академического</p>	<p>Во введении не содержится обоснования темы, нет актуализации темы. Не обозначены и цели, задачи проекта. Скупое основное содержание указывает на недостаточное число использованной литературы. Внутренняя логика всего изложения проекта слабая. Нет критического осмысления прочитанного, как и собственного мнения. Нет обобщений, выводов. Заключение таковым не является. В нём не приведены грамотные выводы. Приложения либо вовсе отсутствуют, либо оно недостаточно. В работе наблюдается отсутствие ссылок,</p>

<p>логически структурирована. Присутствуют выводы и грамотные обобщения. В заключении сделаны логичные выводы, а собственное отношение выражено чётко. Автор работы грамотно демонстрирует осознание возможности применения исследуемых теорий, методов на практике. Приложение содержит все необходимые материалы: таблицы, иллюстрации, диаграммы. Курсовая работа написана в стиле академического письма (использован научный стиль изложения материала). Автор правильно оформил ссылки. Оформление работы соответствует требованиям, библиография, приложения оформлены на отличном уровне.</p>	<p>оформлены. Допущены незначительные неточности в оформлении библиографии, приложений. Требования по объёму работы соблюдены. Объём работы заключается в пределах от 20 до 25 страниц.</p>	<p>письма по работе в целом, часто неверно употребляются научные термины, ссылки оформлены неграмотно, наблюдается значительный объем заимствования. Работа выполнена небрежно.</p>	<p>большой объем заимствования, не выдержан стиль, неадекватное использование терминологии. По оформлению наблюдается ряд недочётов: не соблюдены основные требования, библиография с приложениями содержат много ошибок. объём работы составляет менее 20 страниц.</p>
--	---	---	---

Объём работы заключается в пределах от 25 до 30 страниц.			
--	--	--	--

7 Основная учебная литература

1. Методические указания для выполнения курсового проекта по дисциплине "Маркетинг в инновационной сфере" : направление подготовки 38.04.02 "Менеджмент": программа "Инновационный менеджмент": квалификация магистр / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, Ин-т экономики, права и упр., Каф. менеджмента, 2018. - 7.
2. Методические указания по самостоятельной работе по дисциплине "Маркетинг в инновационной сфере" : направление подготовки 38.04.02 "Менеджмент": программа "Инновационный менеджмент": квалификация магистр / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, Ин-т экономики, права и упр., Каф. менеджмента, 2018. - 6.
3. Маркетинг в инновационной сфере [Электронный ресурс] : методические указания по выполнению курсового проекта / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, 2018. - 9.
4. Маркетинг в инновационной сфере [Электронный ресурс] : методические указания по проведению практических занятий / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, 2018. - 12.
5. Маркетинг в инновационной сфере [Электронный ресурс] : методические указания по самостоятельной работе / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, 2018. - 13.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Уткин Э.А. Инновационный менеджмент / Э. А. Уткин, Г. И. Морозова, Н. И. Морозова, 1996. - 208.
2. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учеб. для студентов по экон. и техн. специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов, 2006. - 447.
3. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов по специальности "Менеджмент" ... / С. Д. Ильенкова [и др.], 2007. - 334.
4. Инновационный менеджмент в России. Вопросы стратегического управления и научно-технологической безопасности / В. Л. Макаров [и др.]; рук. авт. коллектива: В. Л. Макаров, А. Е. Варшавский, 2004. - 879.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows (XP Prof + Vista Bussines) rus VLK поставка 08_2007
2. Microsoft Office 2003 VLK (поставки 2007 и 2008)

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. 1. Учебная аудитория.
2. Комплект учебной мебели.
3. Доска.
4. Рабочее место преподавателя.
5. Мультимедийный проектор, экран с электроприводом, акустическая система +ПК, с выходом в Internet
6. Персональные компьютеры.