

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

Структурное подразделение «Брикс кафедры»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №15 от 18 марта 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

**«ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ / INNOVATION
MANAGEMENT AND DIGITAL MARKETING»**

Направление: 38.03.02 Менеджмент

Международный бизнес / International business

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Хлебович Дарья Игоревна
Дата подписания: 17.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Киреенко Анна
Павловна
Дата подписания: 17.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Локтионова
Елена Александровна
Дата подписания: 17.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

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

1.1 Дисциплина «Инновационный менеджмент и маркетинг / Innovation Management and Digital Marketing» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПКС-1 Способность оценивать экономические и социальные условия для выявления бизнес-проблем и бизнес-возможностей и формирования бизнес-моделей	ПКС-1.8
ПКС-2 Способность проводить стратегический анализ, в том числе маркетинговые исследования, и устанавливать взаимосвязи между функциональными стратегиями с целью подготовки управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности организации в глобальной бизнес-среде	ПКС-2.2

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ПКС-1.8	Анализирует источники и выявляет рыночные возможности с ориентацией на инновационные решения	Знать методы анализа рыночных возможностей в условиях использования инновационных стратегий Уметь анализировать условия функционирования компании и выявлять рыночные возможности для инновационного развития Владеть навыками проведения анализа для выявления рыночных возможностей и разработки инновационных стратегий
ПКС-2.2	Выбирает и использует инструменты инновационного менеджмента и маркетинга с целью подготовки управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности организации в глобальной бизнес-среде	Знать Уметь Владеть

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Инновационный менеджмент и маркетинг / Innovation Management and Digital Marketing» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Теория менеджмента / Management», «Основы проектной деятельности / Introduction to Project Development», «Международный менеджмент /

International Management», «Маркетинг / Marketing», «Международный бизнес / International Business»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Стратегический менеджмент / International Strategic Management»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 5 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины	180	180
Аудиторные занятия, в том числе:	60	60
лекции	30	30
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	30	30
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	84	84
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 7

№ 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	Основные понятия инновационного менеджмента	1	2			1	2	1	8	Творческо е задание
2	Классификация инноваций	2	2			2	2	1	8	Творческо е задание
3	Инновационный процесс	3	2			3	2	1	8	Творческо е задание
4	Эффективная бизнес-модель как залог успеха инновации	4	2			4	2	1	8	Творческо е задание
5	Инновации и развитие компаний	5	4			5	2	1	10	Творческо е задание
6	Характерные элементы корпоративной культуры и	6	2			6	2	1	10	Творческо е задание

	управления инновационноориентированной компании									
7	Типы инноваций с точки зрения маркетинга	7	2			7	4	1	8	Творческое задание
8	Характеристики бизнес среды на высокотехнологичных рынках	8	2			8	4	1	8	Творческое задание
9	Процесс разработки нового товара.	9	4			9	4	1	8	Творческое задание
10	Принятие инновации потребителем и маркетинговая поддержка процесса	10	4			10	4	1	4	Творческое задание
11	Маркетинговые исследования и инновации.	11	4			11	2	1	4	Творческое задание
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		30				30		120	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 7

№	Тема	Краткое содержание
1	Основные понятия инновационного менеджмента	Постановка проблемы поиска механизма развития экономики. Современные подходы к понятию инновации. Определения инновации и инновационной деятельности. Примеры определений инновации. Три неотъемлемых компонента инновации как инструмента развития бизнеса. Потребительская ценность в инновации. Понятие и содержание инновационного менеджмента. Задачи и функции инновационного менеджмента
2	Классификация инноваций	Подходы к пониманию инноваций и их эволюция. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации. Классификация инноваций по ее предмету. Технологические и процессные инновации, их примеры. Понятие об инновации бизнес-модели. Подрывные инновации.
3	Инновационный процесс	Модели инновационного процесса. Жизненный цикл инноваций. Инновационный проект и возможные риски.
4	Эффективная бизнес-модель как залог успеха инновации	Понятие бизнес-модели в инновационном менеджменте. Основной элемент бизнес-модели. Две группы блоков в структуре бизнес-модели.

		Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели в ее инновации
5	Инновации и развитие компаний	Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа. Этапы развития эксплорента и особенности их деятельности. Конкурирование «наострие». Роль венчурного финансирования в развитии эксплерентов. 5.3 Фактор инноваций в стратегиях виолентов. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана». Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.
6	Характерные элементы корпоративной культуры и управления инновационноориентированной компании	Предельные типы корпоративной культуры организации - инновационного и операционного типа. Право на ошибку в корпоративной культуре инновационного типа. Проявления корпоративной культуры, принципы формирования команд и создания предприятий для реализации проектов в сфере инноваций. Адаптивный и инновационный тип личности. Фактор лидерства в инновационной компании. Методы повышения творческой составляющей организационной культуры в управлении персоналом
7	Типы инноваций с точки зрения маркетинга	Актуальные вопросы инноваций. Глобальные процессы. Центры адаптации готовых технологических платформ для российского рынка. Элементы инновации (потребность, концепция объекта, входящие ресурсы). Связанные с инновацией риски. Притягиваемые рынком инновации (market-pull innovations). Проталкиваемые технологией инновации (technology-push innovations). Классификация инноваций
8	Характеристики бизнес среды на высокотехнологичных	Рыночная неопределенность. Страхи и сомнения потребителей относительно нового товара. Скорость изменения потребительских

	рынках	предпочтений на высокотехнологичных рынках. Технологическая неопределенность. Побочные эффекты. Изменчивость конкуренции.
9	Процесс разработки нового товара.	Линейная модель инновационного процесса. Проталкивающая модель инновационного процесса. Вытягивающая модель инновационного процесса. Модель инновационного процесса с обратной связью. Стратегическая модель инновационного процесса. Сетевая модель инновационного процесса. Организационный дизайн разработки нового товара. Клиентоориентированность и рыночная ориентация. Межфункциональные организационные структуры. Самоорганизующиеся команды или «венчурные команды». Последовательный процесс разработки. Параллельный процесс разработки. Генерирование идей нового товара. Анализ проблем/возможностей. Разработка концепции нового товара
10	Принятие инновации потребителем и маркетинговая поддержка процесса	Длительность процесса распространения инновации. Традиционный жизненный цикл принятия технологии. Пересмотренный жизненный цикл принятия технологий. Технические энтузиасты. Провидцы. Прагматики. Консерваторы. Увальни. Коммуникационные стратегии для инновации
11	Маркетинговые исследования и инновации.	Роль исследований на высокотехнологичных рынках и рынках FMCG. Маркетинговые исследования и клиентоориентированность. Маркетинговые исследования в процессе модификации товара.

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 7

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Бизнес-практики инновационного менеджмента на международных рынках	2
2	Аналитическая деятельность при инновационных процессах	2
3	Элементы управления инновационным процессом	2
4	Практики использования бизнес-моделей и оценка их эффективности	2
5	Примеры инноваций в стратегиях	2

	международных корпораций	
6	Лидерство в инновационной компании	2
7	Взаимодействие маркетинга и R and D	4
8	Анализ рыночных возможностей с ориентацией на инновационные решения	4
9	Адаптация алгоритма разработки нового товара для различных рынков. Анализ практик	4
10	Конкурентный анализ как поддержка принятия инновации	4
11	Внедрение результатов маркетинговых исследований в практику инновационной деятельности	2

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 7

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Подготовка к практическим занятиям	84

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дебаты (debates) — организованный и четко структурированный публичный обмен мнениями по определенной теме. Деловая игра (serious play, serious game) — моделирование реальных условий профессиональной деятельности и имитация человеческих отношений и социального взаимодействия в рабочей среде. Каждому участнику игры назначается определенная роль и функция в рамках выполнения рабочей задачи. Дискуссия (discussion) — разностороннее групповое обсуждение спорного вопроса, нацеленное на получение решения, устраивающего всех участников группы. Интерактивная (проблемная) лекция (interactive lecture) — выступление преподавателя перед большой аудиторией, включающее дискуссии, использование презентаций или видеоматериалов, мозговой штурм, мотивационную речь. Круглый стол (round table) — групповое обсуждение нескольких проблемных вопросов, участники которого выражают собственное мнение на равноправной основе. Метод кейсов (case study) — анализ вымышленной или реальной ситуации для выявления проблем, эффективных вариантов решений и возможности практического применения полученных знаний. Просмотр и обсуждение учебных видеофильмов (film-based learning) — осуществляется для размышления над проблемными вопросами, которые озвучиваются перед началом фильма. Публичная презентация (public presentation) — представление обучающих материалов в структурированном, графическом и простом для усвоения виде. Презентация может служить дополнительной иллюстрацией учебного материала и отображать его ключевые моменты. Работа в малых группах (small group workshop) — деление коллектива на малые группы для обсуждения определенных вопросов и разработки решений учебной проблемы. Этот метод позволяет вовлекать в работу всех учащихся, тренирует навыки сотрудничества и межличностного общения. Преподаватель, применяющий интерактивные методы, выступает в качестве помощника и координатора процесса, передавая активную функцию обучения студентам. Он же регулирует процесс через подготовку специальных заданий, проведение консультаций, обеспечение технологической базы, оценку работ и предоставление обратной связи

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий).

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов по отдельным разделам содержания дисциплин и др

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 семестр 7 | Творческое задание

Описание процедуры.

Тема (раздел) Классификация инноваций / Innovation Typology

Описание процедуры: студенту необходимо подготовить презентацию, содержание которой раскрывает инновации различных типов. Иллюстрация должна быть снабжена описанием и объяснением, почему данная конкретная инновация отнесена к конкретному типу. Для каждого типа инноваций должно быть предложено 2 примера.

Пример задания:

Ниже приведенная таблица является ориентиром для выполнения задания. Студент может самостоятельно выбрать и предложить другую типологию инноваций среди имеющихся. Тема (раздел) Процесс разработки нового товара / New Product Development

Описание процедуры: выполнение задания основано на просмотре видео “What is crowdsourcing”.

Пример задания:

Студенту необходимо на основе видео понять сущность и содержание краудсорсинга и предложить эффективные практики, отражающие успешные краудсорсинговые проекты в различных странах.

Критерии оценивания.

Критерии оценки: наличие необходимого количества примеров, правильность отнесения инновации к определенной группе

Критерии оценки: наличие необходимого количества примеров, обоснование эффективности и результатов рассматриваемых краудсорсинговых проектов.

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
ПКС-1.8	Предлагает к использованию варианты развития организации на основе инновационных решений	Устный опрос, тестирование, решение конкретной ситуации
ПКС-2.2		

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 7, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Пример тестового задания

1. Entry barriers increasing returns to adoption enabling tech reputation may decrease

uncertainty

1. expectations re: standard wars
2. 3 categories of timing of entry
3. proactive innovation strategy, shaping
4. other factors to timing of entry
2. Fluid phase : uncertainty, identifying ill defined consumer needs, experimentation
- transitional: developing distribution channels, industry stabilizes around dominant design
- specific phase: designing standard products, incremental improvements and efficiency
1. reactive innovation strategy, reserving the right to play
2. each phase of product lifecycle model requires organizational competencies
3. 4 key challenges to managing Open Innovation
4. disruptive innovation, original meaning
3. Building on firms' existing knowledge base
1. commercial innovation
2. competency enhancing
3. competency destroying
4. expertise similarity
4. Stealth innovation underground project autonomy vs accountability
1. types of innovation
2. techno-economic paradigms
3. product lifecycle model
4. bootlegging
5. Fast market adoption fast tech when tech evolves quickly, followers can differentiate, avoiding earlier shortcakes difficult to satisfy growing demand w market adoption only through massive investment in RD, marketing, distribution, production FMA's be durable
1. rough waters
2. moore's chasm
3. market leads
4. tech leads

6. Wait and see invest sufficiently to stay in the game but avoid premature commitments → disruptive innovation, PG

True False

7. About establishing credibility with consumers techniques: pre advertising, assembling allies, making good decisions about your products current or future popularity → expectations re: standard wars

True False

8. Implicit preference of individuals to connect with people similar to themselves breeds trust (info), comfort, reference group but heterophily fosters diversity → core rigidity

True False

9. Firms own CA's already or build CA's themselves bear the full cost of developing the CA's but also retain control tight appr regime, CA's available in comp supply → integration mode

True False

10. Thought structure or way of thinking about a problem paradigms identify the problems to be addresses, and close off other approaches → generic CA's

True False

Примеры вопросов для устного опроса

1. Innovation as the main mechanism for the development of firms
2. New combinations of Schumpeter

3. The nature of resistance to innovation
4. Modern definitions of innovation
5. The difference between innovation and innovation
6. Linear model of the innovation process
7. Life cycle of innovation
8. Risks of the innovation process
9. Definition and outline of the business model
10. Types of innovation
11. Violent's innovative strategy
12. Innovative explorer strategy
13. Innovative patent strategy
14. Innovative gazelle strategy
15. Comparison of Disruptive Innovation and Value Innovation in the Blue Ocean Strategy
16. Comparison of innovation value and innovation patent
17. The concept of "vision" of the innovator
18. The strategy of "nimble second" in the innovation of violets
19. Creative and operational types of corporate culture
20. The open innovation model and the reasons for its spread
21. Parameters of innovative development of enterprises
22. The main provisions of the program of innovative development of state-owned companies
23. Technological platforms as a tool for innovative development
24. The role of venture capital financing in the development of exporters
25. Criteria for the attractiveness of an innovative project for a venture investor

Пример задания:

указаны выше_

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительн о	Неудовлетворительно
Оценка «отлично» выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается глубиной и полнотой, свободным владением понятийно- категориальным (терминологическ им) аппаратом изученной дисциплины. Отражает знание не только	Оценка «хорошо» выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается полнотой, владением понятийно- категориальным (терминологическ им) аппаратом изученной дисциплины, но в ответе могут присутствовать неточности. Отражает знание	Оценка «удовлетворительно » выставляется при соблюдении следующих условий: В ответе отражено знание понятийно- категориального (терминологическог о) аппарата изучаемой дисциплины, но присутствуют отдельные ошибки и неточности. Ответ характеризуется недостаточным знанием	Оценка «неудовлетворительно » выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ характеризуется незнанием, либо фрагментарным представлением о понятийно- категориальном аппарате дисциплины, содержит множество ошибок. Примеры и иллюстрации отсутствуют. Ответ логически непоследователен.

основной, но и дополнительной литературы. Приведены примеры, отражающие умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно.	основной литературы. Приведены примеры, отражающие умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно, но недостаточно аргументирован.	рекомендованной литературы. Примеры, отражающие умение связать теорию с практикой, тривиальны, либо отсутствуют. Ответ неполный, носит фрагментарный, непоследовательный характер.	
--	---	---	--

7 Основная учебная литература

1. Biljon P. van. Innovation for Value and Mission: An Introduction to Innovation Management and Policy / P. van Biljon, 2022. - 369.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Buljubasic T. Developing Innovation: Innovation Management in IT Companies / T. Buljubasic, 2020. - 165.
2. Innovation Management and Growth in Emerging Economies / ed.: H. C. Webb [et al.], 2021. - 305.

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 Office 2003 VLK (поставки 2007 и 2008)

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. проектор
2. доска
3. персональный компьютер