

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Гаврилов Сергей Александрович

Должность: И.О. Ректора

Дата подписания: 18.06.2026 11:52:29

Уникальный программный ключ:

f17218015d82e3c1457d1df9e244def505047355

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский университет

«Московский институт электронной техники»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.Г. Балашов

« 18 » *сентября* 2025 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг инноваций»

Направление подготовки – 27.03.05 «Инноватика»

Направленность (профиль) – «Инноватика и управление наукоемким производством»

Москва 2025

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции образовательной программы:

Компетенции	Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-9 Способен применять знания особенностей формирующихся технологических укладов и четвертой промышленной революции в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития.	ОПК-9.МИ Способен на основе знания особенностей формирующихся технологических укладов и четвертой промышленной революции формировать предложения по совершенствованию товарной политики в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития	<i>Знание</i> базовых понятий и классификации инноваций. <i>Умение</i> анализировать рыночную информацию для формирования предложения в области продуктовых инноваций. <i>Имеет опыт</i> формирования предложений по совершенствованию товарной политики в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине:

- базовые знания по экономической теории, экономике предприятия, менеджменту, управлению инновациями;
- умение собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию;
- имеет опыт принятия стратегически важных решений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Курс	Семестр	Общая трудоёмкость (ЗЕ)	Общая трудоёмкость (часы)	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
				Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
4	8	3	108	28	-	14	66	ЗаО

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
1. Концепция и принципы маркетинга инноваций в развитой рыночной среде	14	-	6	33	Контроль выполнения практико-ориентированного задания
					Тестирование
					Контроль выполнения расчётно-графического задания
2. Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции	14	-	8	33	Проверка выполнения СР
					Контроль выполнения практико-ориентированного задания
					Итоговое тестирование

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая. Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в современной экономике.
	2	2	Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций. Современные бизнес-модели маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.
	3	2	Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций.
	4	2	Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей.
	5	2	Тенденции модернизации маркетинга наукоёмких изделий.
	6	2	Латеральный подход как креативный метод эффективного маркетинга.
	7	2	Холистический маркетинг – путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса. Социально-этический маркетинг и его роль в создании инноваций.
2	8	2	Маркетинговые инструменты разработки продуктовых инноваций в технологичных отраслях.
	9	2	Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание.
	10	2	Ассортиментная политика фирм-новаторов.
	11	2	Управление затратами и ценами инноваций.
	12	2	Система товародвижения инновационной продукции.
	13	2	Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.
	14	2	Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса. Организация маркетинга в инновационной компании.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Дискуссия. Инновации и инновационный бизнес, специфические особенности и роль в современной экономике. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций.

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
2	2	2	Формирование системы креативных методов маркетинга инноваций. Внутрифирменное планирование маркетинга инноваций. Разработка плана маркетинга инноваций (практико-ориентированное задание).
	3	2	Анализ конкурентного положения инновационной компании на основе матрицы SPACE (расчётно-графическое задание).
	4	2	Оценка конкурентоспособности инноваций с учётом интересов всех субъектов рынка.
	5	2	Комплексная оценка ассортимента инновационной организации и его корректировка (практико-ориентированное задание).
	6	2	Анализ затрат, цены и их взаимосвязей с объемом производства и прибылью инновационной фирмы (самостоятельная работа по CVP-анализу)
	7	2	Расчёт и анализ показателей маркетинговой деятельности, подлежащих контролю в инновационной фирме. Оценка эффективности рекламных компаний в инновационном бизнесе.

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	4	Изучение материалов в журналах «Менеджмент инноваций», «Креативная экономика» и др.
	6	Сбор информации для практического занятия.
	3	Подготовка к практическим занятиям.
	6	Подготовка к защите практико-ориентированного задания.
	6	Подготовка к расчётно-графическому занятию.
	8	Обзор публикаций по выбранной теме.
2	3	Подготовка к практическому занятию.
	2	Повторение лекционного материала.
	6	Подбор статистических материалов для практического занятия.
	6	Подготовка к самостоятельной работе.
	6	Подготовка к практико-ориентированному заданию.
	10	Подготовка к итоговой тестовой работе.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>):

Модуль 1 «Концепция и принципы маркетинга инноваций в развитой рыночной среде».

- ✓ Материалы для самостоятельной работы по подготовке к практическим занятиям № 1, 2, 3 подготовки к дискуссии, тесту, практико-ориентированному заданию и расчётно-графическому заданию (включают подробные задания и варианты работы на практических занятиях, а также перечень журналов «Менеджмент инноваций», информация в Интернет).
- ✓ Методические указания студентам по освоению дисциплины.

Модуль 2 «Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции»

- ✓ Материалы для самостоятельного изучения теории в рамках выполнения текущих практических занятий № 4, 5, 6, самостоятельной работе, практико-ориентированному заданию, тестированию и итоговому зачету (включают методические рекомендации для выполнения задания, требования к результатам выполнения СРС, изложение методики их оценивания, планы выполнения практического задания).
- ✓ Методические указания студентам по освоению дисциплины.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/423864> (дата обращения: 15.10.2025).
2. Короткова Т.Л., Коммерциализация и маркетинг инноваций: Монография / Т.Л. Короткова, А.В. Власов. - М.: Креативная экономика, 2012. - 168 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/3991> (дата обращения: 15.10.2025). - ISBN 978-5-91292-087-5
3. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 495 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534- 02621-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://www.blblioonline.ru/bcode/431801> (дата обращения: 15.10.2025).

Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом: Научно-практическое издание / Издательство "Финпресс". - М.: Финпресс, 1997 - . - URL: <http://www.mavriz.ru/> (дата обращения: 15.10.2025).
2. Практический маркетинг: Научный журнал / Агентство Би Си Ай Маркетинг. – М.: Агентство Би Си Ай Маркетинг, 1997 -. - URL: <https://lib.rucont.ru/efd/178315/info> (дата обращения: 15.10.2025).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997 - . - URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 20.10.2023).
2. Электронно-библиотечная система Лань: сайт. - Санкт-Петербург, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 20.10.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей МИЭТ.
3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 20.10.2023).
4. Grebennikon: Электронная библиотека: сайт. - Москва, 2005-. - URL: <https://grebennikon.ru/> (дата обращения: 20.10.2023). - Режим доступа: для авторизированных пользователей МИЭТ.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации обучения используется смешанное обучение, которое основано на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий формами и видами взаимодействия в электронной образовательной среде.

Освоение образовательной программы обеспечивается ресурсами электронной информационно-образовательной среды ОРИОКС.

Применяются следующие модели обучения: «Перевернутый класс» и «Расширенная виртуальная модель».

«Расширенная виртуальная модель» предполагает обязательное присутствие студентов на очных учебных занятиях с официальным преподавателем с последующим самостоятельным выполнением индивидуального задания. Работа поводится по следующей схеме: аудиторная работа (семинар с отработкой типового задания в мини-группах с последующим обсуждением) - СРС (онлайновая работа с использованием онлайн-ресурса в том числе для организации обратной связи с обсуждением, рецензированием с последующей доработкой и подведением итогов).

«Перевернутый класс» - учебный процесс начинается с постановки проблемного задания, для выполнения которого студент должен самостоятельно ознакомиться с материалом, размещенным в электронной среде. В аудитории проверяются и дополняются полученные знания с использованием докладов, дискуссий и обсуждений. Работа поводится по следующей схеме: СРС (онлайновая предаудиторная работа с использованием внешнего курса) - аудиторная работа (семинар с представлением презентаций с применением на практическом примере изученного материала) - обратная связь с обсуждением и подведением итогов.

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, мессенджеры, Zoom, Discord.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы в формах видеолекций, тестирования в ОРИОКС и MOODLe.

Обучение может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, браузер (Firefox или Internet Explorer или Google Chrome); Acrobat reader DC
Учебная аудитория	Доска	Не требуется
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИЭТ	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus или Open Office, браузер (Firefox, Google Chrome); Acrobat reader DC

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС подкомпетенции **ОПК-9.МИ** «Способен на основе знания особенностей формирующихся технологических укладов и четвертой промышленной революции формировать предложения по совершенствованию товарной политики в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

Посещение лекций и семинаров обязательно. Дополнительной формой контактной работы являются консультации. Консультации проводятся лектором и преподавателем, ведущим семинарские занятия, еженедельно.

В процессе чтения лекций применяются презентации, содержащие различные виды информации: текстовые, графические и видео.

Помимо индивидуальной и групповой работы на практических занятиях, студенты выполняют практико-ориентированные задания (в рамках СРС), предоставляют отчет и презентацию по их результатам. При проведении консультирования используются современные технологии дистанционного взаимодействия (электронная почта, мессенджеры, Zoom, Discord).

Кроме того, в процессе обучения используются дискуссии, смешанные технологии, мозгового штурм и т.д.

Результаты заданий СРС публично представляются на практических занятиях.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система.

Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка по дисциплине. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н.  /О.В. Седова/

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг инноваций» по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика», направленности (профилю) «Инноватика и управление наукоемким производством» разработана на кафедре «Маркетинг и управление проектами» и утверждена на заседании кафедры «24» октября 2025 года, протокол № 4.

Заведующий кафедрой МиУП

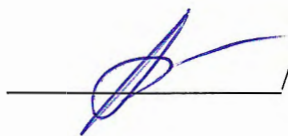


/С.П. Олейник/

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК



/ И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

/ Директор библиотеки



/ Т.П.Филиппова /