

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

Василенко В.Н.

(подпись)

(Ф.И.О.)

«18» мая 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технологии продвижения инновационных преобразований**

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

38.04.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки

Проектирование экономических систем

(наименование направленности (профиля) подготовки)

Квалификация (степень) выпускника

магистр

(Бакалавр/Специалист/Магистр/Исследователь. Преподаватель-исследователь)

Воронеж

## 1. Цели и задачи дисциплины

1. Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения инновационных преобразований» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

– 08 – Финансы и экономика (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микроуровне и макроуровне в экспертно-аналитических службах; производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, и оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение продукции и услуг на рынок, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью; кредитования; страхования, включая пенсионное и социальное; операций на финансовых рынках, включая управление финансовыми рисками; внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита, финансового консультирования; консалтинга).

Дисциплина направлена на решение задач профессиональной деятельности проектно-экономического типа.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 11 августа 2020 г. N 939 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика").

## 2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| № п/п | Код компетенции | Наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения компетенции  |
|-------|-----------------|---|---|
| 1     | <b>ПКв-2</b>    | Способность готовить экономические обоснования для стратегических и оперативных планов развития организации | <b>ИД2<sub>ПКв-2</sub></b> - Разрабатывает корпоративную стратегию, оперативные планы развития организации и обеспечивает их реализацию |

| Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Результаты обучения (показатели оценивания)  |
|---|--|
| <b>ИД2<sub>ПКв-2</sub></b> - Разрабатывает корпоративную стратегию, оперативные планы развития организации и обеспечивает их реализацию | <b>Знает:</b><br>отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики   |
|   | <b>Умеет:</b><br>разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках<br>составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений<br>разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации |
|   | <b>Владеет:</b><br>навыками ведения учета экономических показателей результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также учета заключенных договоров<br>навыками разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений  |

## 3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность/профиль «Проектирование экономических систем». Дисциплина является дисциплиной по выбору.

Изучение дисциплины «**Технологии продвижения инновационных преобразований**» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися дисциплин уровня бакалавриата.

Дисциплина «**Технологии продвижения инновационных преобразований**» является предшествующей для последующих дисциплин, практик: Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика, преддипломная практика.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы.

| Виды учебной работы  | Всего акад. часов | Семестр 3    |
|--|-------------------|--------------|
| Общая трудоемкость дисциплины  | <b>144</b>        | <b>144</b>   |
| <b>Контактная работа</b> в т.ч. аудиторные занятия:                              | <b>103,8</b>      | <b>103,8</b> |
| Лекции   | 34                | 34           |
| Практические занятия (ПЗ)  | 68                | 68           |
| Консультации текущие   | 1,7               | 1,7          |
| Виды аттестации (зачет)  | 0,1               | 0,1          |
| <b>Самостоятельная работа:</b>   | <b>40,2</b>       | <b>40,2</b>  |
| Подготовка к практическим занятиям   | 17                | 17           |
| Подготовка реферата (подбор литературы, написание, оформление. защита)           | 6,2               | 6,2          |
| Проработка материалов по конспекту лекций и учебнику (подготовка к тестированию) | 17                | 17           |

#### 5 Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 5.1 Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины                      | Содержание раздела  | Трудоемкость раздела, часы |
|-------|--|---|----------------------------|
| 1     | Содержание инновационной деятельности на предприятии | Роль инноваций в современной экономике. Инновации как фактор экономического роста. Основные понятия инновационной деятельности. Классификация инноваций Технологические уклады Инновационная деятельность предприятия. Управление инновациями на предприятии Институциональные условия развития маркетинговой. деятельности | 16                         |
| 2     | Инновационная деятельность как объект маркетинга     | Понятие инновационного процесса на предприятии. Формы инновационного процесса. Маркетинг в системе управленческим процессом   | 8                          |
| 3     | Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций    | Внутренняя инновационная среда предприятия. Инновационный потенциал организации и его оценка. Микросреда инновационной деятельности. Макросреда инновационной деятельности. Оценка конъюнктуры рынка  | 24                         |
| 4     | Маркетинговые исследования в инновационном процессе  | Подходы к сегментации рынка с целью поиска инновационных возможностей. Макро- и микросегментация рынка новых товаров. Исследование рынка инноваций. Поиск и создание конкурентных преимуществ. Маркетинговый анализ потребителей инноваций.   | 24                         |

|   |  |  |      |
|---|--|--|------|
|   |  | Восприятие новинки потребителем (клиентом). Позиционирование инновационного продукта   |      |
| 5 | Проектирование продукта и выход на рынок   | Понятие товарной политики, стратегии и тактики жизненного цикла товара, товары-новинки. Подходы к созданию нового товара. Процесс создания нового товара. Ценообразование для новых товаров. Стратегия управления новым товаром. Продвижение новых товаров. Причины неудачи товаров-новинок                | 32   |
| 6 | Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | Организация маркетинга в системе управления предприятием. Маркетинговый контроль инновационной деятельности. Виды контроля   | 16   |
| 7 | Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия         | Стратегическое планирование маркетинга и его место в корпоративной стратегии организации. Инновационный проект как объект маркетинга (бизнес-проект инновации). Оперативное планирование реализации инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов и их экономическое обоснование | 22,2 |
|   | Консультации текущие   |  | 1,7  |
|   | Зачет  |  | 0,1  |

## 5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины  | Лекции, час | ПЗ, час | СРО, час |
|-------|--|-------------|---------|----------|
| 1     | Содержание инновационной деятельности на предприятии                             | 4           | 8       | 4        |
| 2     | Инновационная деятельность как объект маркетинга                                 | 2           | 4       | 2        |
| 3     | Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций                                | 6           | 12      | 6        |
| 4     | Маркетинговые исследования в инновационном процессе                              | 6           | 12      | 6        |
| 5     | Проектирование продукта и выход на рынок   | 8           | 16      | 8        |
| 6     | Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | 4           | 8       | 4        |
| 7     | Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия         | 4           | 8       | 10,2     |
|       | Консультации текущие   |             | 1,7     |          |
|       | Зачет  |             | 0,1     |          |

### 5.2.1 Лекции

| № п/п | Наименование раздела дисциплины                      | Тематика лекционных занятий  | Трудоемкость, час |
|-------|--|--|-------------------|
| 1     | Содержание инновационной деятельности на предприятии | Роль инноваций в современной экономике. Инновации как фактор экономического роста. Основные понятия инновационной деятельности. Классификация инноваций Технологические уклады                 | 2                 |
|       |  | Инновационная деятельность предприятия. Управление инновациями на предприятии Институциональные условия развития маркетинговой. деятельности   | 2                 |
| 2     | Инновационная деятельность как объект маркетинга     | Маркетинг в системе управления инновационным процессом   | 2                 |
| 3     | Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций    | Внутренняя инновационная среда предприятия. Инновационный потенциал организации и его оценка.  | 2                 |
|       |  | Микросреда инновационной деятельности.   | 2                 |
|       |  | Макросреда инновационной деятельности. Оценка конъюнктуры рынка  | 2                 |
| 4     | Маркетинговые исследования в инновационном процессе  | Подходы к сегментации рынка с целью поиска инновационных возможностей. Макро- и микросегментация рынка новых товаров. Исследование рынка инноваций. Поиск и создание конкурентных преимуществ. | 2                 |
|       |  | Маркетинговый анализ потребителей инноваций. Восприятие новинки потребителем (клиентом).   | 2                 |
|       |  | Позиционирование инновационного продукта   | 2                 |

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| 5 | Проектирование продукта и выход на рынок   | Понятие товарной политики, стратегии и тактики жизненного цикла товара, товары-новинки. Подходы к созданию нового товара. Процесс создания нового товара.       | 2 |
|   |  | Ценообразование для новых товаров.  | 2 |
|   |  | Стратегия управления новым товаром.   | 2 |
|   |  | Продвижение новых товаров. Причины неудачи товаров-новинок  | 2 |
| 6 | Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | Организация маркетинга в системе управления предприятием.   | 2 |
|   |  | Маркетинговый контроль инновационной деятельности. Виды контроля  | 2 |
| 7 | Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия         | Стратегическое планирование маркетинга и его место в корпоративной стратегии организации. Инновационный проект как объект маркетинга (бизнес-проект инновации). | 2 |
|   |  | Оперативное планирование реализации инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов и их экономическое обоснование                      | 2 |

### 5.2.2 Практические занятия

| № п/п | Наименование раздела дисциплины  | Тематика практических занятий  | Трудоемкость, час |
|-------|--|--|-------------------|
| 1     | Содержание инновационной деятельности на предприятии                             | Роль инноваций в современной экономике. Инновации как фактор экономического роста. Основные понятия инновационной деятельности. Классификация инноваций Технологические уклады                 | 4                 |
|       |  | Инновационная деятельность предприятия. Управление инновациями на предприятии Институциональные условия развития маркетинговой. деятельности   | 4                 |
| 2     | Инновационная деятельность как объект маркетинга                                 | Маркетинг в системе управления инновационным процессом   | 4                 |
| 3     | Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций                                | Внутренняя инновационная среда предприятия. Инновационный потенциал организации и его оценка.  | 4                 |
|       |  | Микросреда инновационной деятельности.   | 4                 |
|       |  | Макросреда инновационной деятельности. Оценка конъюнктуры рынка  | 4                 |
| 4     | Маркетинговые исследования в инновационном процессе                              | Подходы к сегментации рынка с целью поиска инновационных возможностей. Макро- и микросегментация рынка новых товаров. Исследование рынка инноваций. Поиск и создание конкурентных преимуществ. | 4                 |
|       |  | Маркетинговый анализ потребителей инноваций. Восприятие новинки потребителем (клиентом).   | 4                 |
|       |  | Позиционирование инновационного продукта   | 4                 |
| 5     | Проектирование продукта и выход на рынок   | Понятие товарной политики, стратегии и тактики жизненного цикла товара, товары-новинки. Подходы к созданию нового товара. Процесс создания нового товара.                                      | 4                 |
|       |  | Ценообразование для новых товаров.   | 4                 |
|       |  | Стратегия управления новым товаром.  | 4                 |
|       |  | Продвижение новых товаров. Причины неудачи товаров-новинок   | 4                 |
| 6     | Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | Организация маркетинга в системе управления предприятием.  | 4                 |
|       |  | Маркетинговый контроль инновационной деятельности. Виды контроля   | 4                 |
| 7     | Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия         | Стратегическое планирование маркетинга и его место в корпоративной стратегии организации. Инновационный проект как объект маркетинга (бизнес-проект инновации).                                | 4                 |
|       |  | Оперативное планирование реализации инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов и их экономическое обоснование   | 4                 |

### 5.2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

### 5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

| № п/п | Наименование раздела дисциплины  | Вид СРО                                     | Трудоемкость, час |
|-------|--|---|-------------------|
| 1     | Содержание инновационной деятельности на предприятии                             | Подготовка к практическим занятиям          | 2                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 2                 |
| 2     | Инновационная деятельность как объект маркетинга                                 | Подготовка к практическим занятиям          | 1                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 1                 |
| 3     | Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций                                | Подготовка к практическим занятиям          | 3                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 3                 |
| 4     | Маркетинговые исследования в инновационном процессе                              | Подготовка к практическим занятиям          | 3                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 3                 |
| 5     | Проектирование продукта и выход на рынок   | Подготовка к практическим занятиям          | 4                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 4                 |
| 6     | Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | Подготовка к практическим занятиям          | 2                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 2                 |
| 7     | Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия         | Подготовка к практическим занятиям          | 2                 |
|       |  | Подготовка к тестированию (лекции, учебник) | 2                 |
|       |  | Подготовка реферата                         | 6,2               |
|       |  |   | 40,2              |

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 6.1 Основная литература

1. Новоселов, С. В. Теоретическая инноватика: научно-инновационная деятельность и управление инновациями : учебное пособие / С. В. Новоселов, Л. А. Маюрникова. — Санкт-Петербург : ГИОРД, 2017. // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/91630>.

2. Нинштиль, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц. — Новосибирск : НГТУ, 2018. // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118539>.

### 6.2 Дополнительная литература

1. Курчеева, Г. И. Управление продвижением инноваций на основе информационных технологий : монография / Г. И. Курчеева, А. А. Алетдинова. — Новосибирск : НГТУ, 2016. // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118262>.

2. Зубкова, Н. В. Маркетинг инноваций : учебно-методическое пособие / Н. В. Зубкова. — Тольятти : ТГУ, 2019. // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139916>.

### 6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1 Григорьева В. В. Технологии продвижения инновационных преобразований [Электронный ресурс] : методические указания и задания к самостоятельной работе студентов для студентов, обучающихся по направлению 38.04.01 - «Экономика», очной и заочной формы обучения. - Воронеж, 2021. Режим доступа: <http://education.vsuet.ru>

2 Григорьева В. В. Технологии продвижения инновационных преобразований [Электронный ресурс]: методические указания и задания к практическим занятиям для студентов, обучающихся по направлению 38.04.01 - «Экономика», очной и заочной формы обучения. - Воронеж, 2021. Режим доступа: <http://education.vsu.ru>

Электронная библиотека НБ ВГУИТ <http://biblos.vsu.ru> и Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО ВГУИТ (СДО «Moodle») <http://education.vsu.ru>

#### 6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

| Наименование ресурса сети «Интернет»                                    | Электронный адрес ресурса   |
|---|---|
| «Российское образование» - федеральный портал                           | <a href="https://www.edu.ru/">https://www.edu.ru/</a>                             |
| Научная электронная библиотека  | <a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp?">https://elibrary.ru/defaultx.asp?</a> |
| Национальная исследовательская компьютерная сеть России                 | <a href="https://niks.su/">https://niks.su/</a>                                   |
| Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» | <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>                         |
| Электронная библиотека ВГУИТ  | <a href="http://biblos.vsu.ru/megapro/web">http://biblos.vsu.ru/megapro/web</a>   |
| Сайт Министерства науки и высшего образования РФ                        | <a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a>             |
| Портал открытого on-line образования                                    | <a href="https://npoed.ru/">https://npoed.ru/</a>                                 |
| Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»        | <a href="https://education.vsu.ru/">https://education.vsu.ru/</a>                 |

#### 6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: ЭИОС университета, в том числе на базе программной платформы «Среда электронного обучения ЗКЛ».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – н-р, ОС Windows, ОС ALT Linux.

#### 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (мультимедийными проекторами, настенными экранами, интерактивными досками, ноутбуками, досками, рабочими местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя) – ауд. 9, 450, 239, 244, 245, 341а или иные в соответствии с расписанием.

Допускается использование других аудиторий в соответствии с расписанием учебных занятий и оснащенных соответствующим материально-техническим обеспечением, в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к базам данных и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ВГУИТ» – ауд. 251, ресурсный центр ВГУИТ.

#### 8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля).

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».



**ПРИЛОЖЕНИЕ**  
**К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Технологии продвижения инновационных преобразований**

**1. Организационно-методические данные дисциплины для заочной формы обучения**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы.

| <b>Виды учебной работы</b>   | <b>Всего акад. часов</b> | <b>Семестр 1</b> |
|--|--------------------------|------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>   | <b>144</b>               | <b>144</b>       |
| <b>Контактная работа</b> в т.ч. аудиторные занятия:                              | <b>18,1</b>              | <b>18,1</b>      |
| Лекции   | 8                        | 8                |
| Практические занятия (ПЗ)  | 8                        | 8                |
| Консультации текущие   | 1,2                      | 1,2              |
| Консультация по контрольной работе   | 0,8                      | 0,8              |
| Виды аттестации (зачет)  | 0,1                      | 0,1              |
| <b>Самостоятельная работа:</b>   | <b>122</b>               | <b>122</b>       |
| Подготовка к практическим занятиям   | 32                       | 32               |
| Подготовка контрольной работы (подбор литературы, написание, оформление. защита) | 10                       | 10               |
| Проработка материалов по конспекту лекций и учебнику (подготовка к тестированию) | 80                       | 80               |
| <b>Подготовка к зачету</b>   | <b>3,9</b>               | <b>3,9</b>       |