

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Дзержинский политехнический институт (филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

_____ А.М.Петровский

« 26 » 03 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б5 Философия инновационного маркетинга

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки магистров

Направление подготовки: 15.04.02 Технологические машины и оборудование

Направленность: Технологическое оборудование химических и нефтехимических производств

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год начала подготовки 2025

Выпускающая кафедра Технологическое оборудование и транспортные системы

Кафедра-разработчик Экономика и гуманитарные дисциплины

Объем дисциплины 108/3
 часов/з.с

Промежуточная аттестация зачет

Разработчик: преподаватель Фадеев Д.И.

Дзержинск 2025

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по подготовке магистров 15.04.02 Технологические машины и оборудование, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 14 августа 2020 года № 1026 на основании учебного плана, принятого УС ДПИ НГТУ

протокол от 20.03.2025 № 7

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры-разработчика РПД Экономика и гуманитарные дисциплины
протокол от 24.03.2025 № 8

Зав. кафедрой д.ист.н, доцент _____ А.И. Егоров
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий выпускающей кафедрой Технологическое оборудование и транспортные системы
к.т.н, доцент _____ В.А. Диков
(подпись)

Начальник ОУМБО _____ И.В. Старикова
(подпись)

Рабочая программа зарегистрирована в ОУМБО: 15.04.02 - 5

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	4
4. Структура и содержание дисциплины.....	7
5. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.....	15
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	18
7. Информационное обеспечение дисциплины.....	18
8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ.....	19
9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	20
10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины.....	21
11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины.....	22

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

- Целью освоения дисциплины «Философия инновационного маркетинга» является формирование у магистрантов маркетингового мышления.
- • Формирование представления о современных технологиях управления инновациями в задачах будущей профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- изучение современных инструментов маркетинга;
- ознакомление с формами инновационной деятельности;
- приобретение опыта анализа инноваций в области будущей профессиональной деятельности.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Б1.Б.5 «Философия инновационного маркетинга» включена в обязательный перечень дисциплин обязательной части образовательной программы вне зависимости от ее направленности (профиля). Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по данному направлению подготовки.

Дисциплина базируется на дисциплинах, полученных при изучении дисциплин бакалавриата.

Дисциплина «Философия инновационного маркетинга» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: научно-исследовательская работа, защита интеллектуальной собственности, проект-менеджмент в химической промышленности и машиностроении, выполнение и защита ВКР.

Рабочая программа дисциплины «Философия инновационного маркетинга» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, по их личному заявлению.

3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Таблица 1

Формирование компетенций УК-1, УК-3, УК-6 дисциплинами для студентов очной и очно-заочной формы обучения

Компетенция	Названия учебных дисциплин, модулей, практик, участвующих в формировании компетенции вместе с данной дисциплиной	Курсы / семестры обучения			
		1 курс		2 курс	
		семестр		семестр	
		1	2	3	4
УК-1	Философия инновационного маркетинга	X			
	Защита интеллектуальной собственности		X		

	Искусство делового общения			X	
	Проект-менеджмент в химической промышленности и машиностроении				X
	Ознакомительная		X		
	Научно-исследовательская	X	X	X	X
	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР				X
УК-3	Философия инновационного маркетинга	X			
	Организация обучения, психология, педагогика		X		
	Искусство делового общения			X	
	Проект-менеджмент в химической промышленности и машиностроении				X
	Технологическая (проектно-технологическая)		X		
	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР				X
УК-6	Философия инновационного маркетинга	X			
	Защита интеллектуальной собственности		X		
	Организация обучения, психология, педагогика		X		
	Проект-менеджмент в химической промышленности и машиностроении				X
	Ознакомительная		X		
	Научно-исследовательская работа	X	X	X	X
	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР				X

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
					Текущего контроля	Промежуточной аттестации
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.	Знать: основы SWOT и STEP анализа.	Уметь: применять SWOT и STEP анализа.	Владеть: Навыками сбора, анализа и обработки информации о проблемной ситуации как системы.	практическое задание	тестирование
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	Знать: что такое командная работа.	Уметь: организовать работу команды	Владеть: навыками целеполагания.	практическое задание	Решение проблемной ситуации методом мозгового штурма
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует для успешного выполнения порученного задания.	Знать: что такое ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные)	Уметь: определять приоритеты собственной деятельности.	Владеть: навыками ранжирования приоритетов собственной деятельности.	практическое задание	вопросы для устного собеседования

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед./108 часов, распределение часов по видам работ семестрам представлено в табл. 3 и 4.

Таблица 3

**Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам
для студентов очной формы обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:	21	21
1.1. Аудиторные занятия (всего), в том числе:	17	17
- лекции (Л)	8	8
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
- практические занятия (ПЗ)	9	9
- практикумы (П)	-	-
1.2. Внеаудиторные занятия (всего), в том числе:	4	4
- групповые консультации по дисциплине	4	4
- групповые консультации по промежуточной аттестации (экзамен)	-	-
- индивидуальная работа преподавателя с обучающимся: - по проектированию: проект (работа) - по выполнению РГР - по выполнению КР - по составлению реферата (доклада, эссе	-	-
2. Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)	87	87
Вид промежуточной аттестации зачет	зачет	зачет
Общая трудоемкость, часы/зачетные единицы	108/3	108/3

Таблица 4

**Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам
для студентов очно-заочной формы обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:	21	21
1.1. Аудиторные занятия (всего), в том числе:	17	17

- лекции (Л)	8	8
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
- практические занятия (ПЗ)	9	9
- практикумы (П)	-	-
1.2. Внеаудиторные занятия (всего), в том числе:	4	4
- групповые консультации по дисциплине	4	4
- групповые консультации по промежуточной аттестации (экзамен)	-	-
- индивидуальная работа преподавателя с обучающимся: - по проектированию: проект (работа) - по выполнению РГР - по выполнению КР - по составлению реферата (доклада, эссе	-	-
2. Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)	87	87
Вид промежуточной аттестации зачет	зачет	зачет
Общая трудоемкость, часы/зачетные единицы	108/3	108/3

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам

Содержание дисциплины, структурированное по темам, приведено в таблицах 5 и 6.

Таблица 5

Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов очной формы обучения

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
УК-1, УК-3, УК-6, ИУК-1.1, ИУК- 3.1, ИУК – 6.1	Тема 1. Введение в дисциплину «Философия инновационного маркетинга»	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.1: С. 6-12, 26-41; Выполнение практических заданий по теме	Письменное тестирование.		
	Тема 2. Общественное разделение труда	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-	Письменное тестирование.		

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						133, 167-170.			
	Тема 3. Технологические уклады и их смена	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-133, 167-170.	Письменное тестирование.		
	Тема 4. Две основные функции бизнеса – инновации и маркетинг	1		1	16	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-133, 167-170.	Письменное тестирование.		
	Тема 5. Организация инновационной деятельности	1		2	12	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-133, 167-170.	Письменное тестирование.		

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
	Тема 6. Маркетинг инноваций	2		2	24	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-133, 167-170. Выполнение практических заданий по теме	Разбор решения конкретных при- меров с по- мощью презен- тации у доски		
	Тема 7. Бизнес-модели инноваций	1		1	11	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130-133, 167-170. Выполнение практических заданий по теме	Разбор решения конкретных при- меров с по- мощью презен- тации у доски		
	ИТОГО по дисциплине	8		9	87				

Таблица 6

Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов очно-заочной формы обучения

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
УК-1, УК-3, УК-6, ИУК-1.1, ИУК- 3.1, ИУК – 6.1	Тема 1. Введение в дисциплину «Философия инновационного маркетинга»	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.1: С. 6-12, 26-41; Выполнение практических заданий по теме	Письменное тестирование.		
	Тема 2. Общественное разделение труда	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170.	Письменное тестирование.		
	Тема 3. Технологические уклады и их смена	1		1	8	Проработка конспекта текущей	Письменное тестирование.		

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170.			
	Тема 4. Две основные функции бизнеса – инновации и маркетинг	1		1	16	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170.	Письменное тестирование.		
	Тема 5. Организация инновационной деятельности	1		2	12	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170.	Письменное тестирование.		
	Тема 6. Маркетинг инноваций	2		2	24	Проработка конспекта текущей лекции, чтение	Разбор решения конкретных при- меров с по-		

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактив- ных образователь- ных технологий	Реализаци я в рамках практичес -кой подготовк и (трудоем- кость в часах)	Наименован ие разработан- ного электронног о курса (трудоемкост ь в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС), час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170. Выполнение практических заданий по теме	мощью презен- тации у доски		
	Тема 7. Бизнес-модели инноваций	1		1	11	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16, 52-67, 112-115, 130- 133, 167-170. Выполнение практических заданий по теме	Разбор решения конкретных при- меров с по- мощью презен- тации у доски		
	ИТОГО по дисциплине	8		9	87				

5 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

5.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Комплект оценочных материалов для текущей аттестации включает в себя:

- 1) Возможные темы рефератов.
- 2) Примеры контрольных вопросов и практических заданий.

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости обучающихся очной формы и традиционная система контроля и оценки успеваемости обучающихся очно-заочной формы. Основные требования балльно-рейтинговой системы по дисциплине и шкала оценивания приведены в таблицах 7 и 8.

Таблица 7

Требования балльно-рейтинговой системы по дисциплине

Шкала оценивания	Зачёт
55-100	зачтено
0-54	незачтено

Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-54% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 55-70% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 71-85% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 86-100% от тах рейтинговой оценки контроля
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними	При выполнении заданий отсутствуют знания материала, затруднения в выполнении заданий, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, отсутствие участия в дискуссиях.	Частичные знания по основам маркетинга и управления инновациями. Изложение полученных знаний неполное и несистемное. Допускаются существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировке ответа на заданный вопрос	Знает материал по основам маркетинга и управления инновациями на достаточно хорошем уровне; представляет основные задачи в рамках постановки целей и выборе оптимальных методов их достижения	Имеет глубокие знания всего материала по основам маркетинга и управления инновациями; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	При выполнении заданий отсутствуют знания материала, затруднения в выполнении заданий, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям	Частичные знания по Разработке стратегии командной работы. Изложение полученных знаний неполное. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя.	Знает материал на достаточно хорошем уровне; представляет основные задачи в рамках постановки целей и выбора оптимальных способов их достижения	Имеет глубокие знания всего материала по основам маркетинга и управления инновациями; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно

			Затруднения при формулировке ответа на заданный вопрос		исправляемые при собеседовании.
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует для успешного выполнения порученного задания	При выполнении заданий отсутствуют знания материала, затруднения в выполнении заданий, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, отсутствие участия в дискуссиях.	Частичные знания по основам маркетинга и управления инновациями. Изложение полученных знаний неполное и несистемное. Допускаются существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировке ответа на заданный вопрос	Знает материал по основам маркетинга и управления инновациями на достаточно хорошем уровне; представляет основные задачи в рамках постановки целей и выборе оптимальных методов их достижения	Имеет глубокие знания всего материала по основам маркетинга и управления инновациями; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебная литература

6.1.1 Терентьева И.Н. Философия (Текст и электронные текстовые данные): учебное пособие (практикум) для вузов /Терентьева И.Н., Михайлова Т.Л. - Н.Новгород, НГТУ, 2013 -182 с.

6.1.2 Орлов, А.В. Экономика: учебное пособие для вузов / А.В. Орлов, А.А. Орлов. - Н.Новгород, 2015. – 177 с.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных ниже на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

6.2. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

6.2.1 Манченко, Н. В. Экономика: практикум: учебное пособие / Н.В. Манченко. — Иркутск: ИрГУПС, 2019. — 76 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157974> (дата обращения: 23.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей..

6.2.2 Сунгурова, Е. А. Экономика: учебно-методическое пособие / Е.А. Сунгурова, М.Е. Мормышева; составители Е.А. Сунгурова, М.Е. Мормышева. — Киров: Кировский ГМУ, 2019. — 73 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/141989> (дата обращения: 23.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1. Перечень информационных справочных систем

Дисциплина, относится к группе дисциплин, в рамках которых предполагается использование информационных технологий как вспомогательного инструмента.

Информационные технологии применяются в следующих направлениях: при подготовке и оформлении отчетов о лабораторных работах, выполнении заданий для самостоятельной работы.

Таблица 10

Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Виртуальная книжная полка НТБ НГТУ	http://cdot-nntu.ru/электронная_библиотека
4	Информационная система "Единое окно	http://window.edu.ru/

	доступа к образовательным ресурсам"	
--	-------------------------------------	--

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины

Таблица 11

Программное обеспечение

№ п/п	Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
1	Microsoft Windows 10 (подписка MSDN 700593597, подписка DreamSparkPremium, 19.06.19)	Adobe Acrobat Reader https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
2	Microsoft office 2010 (Лицензия № 49487295 от 19.12.2011)	OpenOffice https://www.openoffice.org/ru/
3	Консультант Плюс	PTC Mathcad Express https://www.mathcad.com/ru

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 12 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ).

Таблица 12

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	База данных стандартов и регламентов РОССТАНДАРТ	https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts
2	Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	https://cyberpedia.su/21x47c0.html
3	Инструменты и веб-ресурсы для веб-разработки – 100+	https://techblog.sdstudio.top/blog/instrumenty-i-veb-resursy-dlia-veb-razrabotki-100-plus
4	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	доступ из локальной сети

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 13 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования.

Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	Версия для слабовидящих

Согласно Федеральному Закону об образовании 273-ФЗ от 29.12.2012 г. ст. 79, п.8 "Профессиональное обучение и профессиональное образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся". АОП разрабатывается по каждой направленности при наличии заявлений от обучающихся, являющихся инвалидами или лицами с ОВЗ и изъявивших желание об обучении по данному типу образовательных программ.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

В таблице 14 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ДПИ НГТУ.

Таблица 14

Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	1329 Аудитория для лекционных занятий Нижегородская обл., г. Дзержинск, ул. Гайдара, д. 49	Комплект демонстрационного оборудования: ПК, с выходом на мультимедийный проектор, на базе Intel Pentium G4560 3.5 ГГц, 4 Гб ОЗУ, монитор 20' – 1 шт.	
2	Компьютерный класс	Мультимедийный проектор Epson- 1 шт; Экран – 1 шт.	

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа: аудиторная, внеаудиторная, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- текущий контроль знаний в форме тестирования в среде MOODLE.

При преподавании дисциплины «Философия инновационного маркетинга», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность обучающихся при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях обучающийся исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, обучающийся способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса в основном освоено. При устных собеседованиях обучающийся последовательно излагает учебный материал; при затруднениях способен после наводящих вопросов продолжить обсуждение, справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, обучающийся способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если обучающийся при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

10.2. Методические указания для занятий лекционного типа

Весь лекционный материал курса сопровождается компьютерными презентациями, в которых наглядно преподносятся материал различных разделов курса, что дает возможность обсудить материал с обучающимися во время чтения лекций, активировать их деятельность при освоении материала.

На лекциях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в

малых группах, что позволяет обучающимся проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

10.3. Методические указания по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по

отдельным темам.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе.

Приводятся конкретные методические указания для обучающихся по выполнению реферата, требования к их оформлению, порядок сдачи.

10.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием подробно разбираются на лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием как встреч с обучающимися, так и современных информационных технологий (электронная почта).

Иницируется активность обучающихся, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы обучающегося, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости обучающихся в процессе текущего контроля.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

11.1.1. Типовые темы рефератов

- Инновации в профессиональной деятельности.
- Реализуемые инновации на предприятии.
- Маркетинг инноваций на примере предприятия.
- Инновация – от идеи до start-up.
- Инновации в информационных технологиях при переходе к экономике замкнутого цикла на примере отрасли или предприятия.
- Инновации в химических технологиях при переходе к экономике замкнутого цикла на примере отрасли или предприятия.

11.1.2. Типовые примеры контрольных вопросов

1. К источнику финансирования инновационного проекта не относятся:

2. Перечислите основные категории общественного разделения труда и охарактеризуйте их.

3. Экономические функции предпринимательства.
4. Переменные факторы маркетинга поддающиеся контролю предпринимателя.
5. Отличие продукта по замыслу от продукта в реальном исполнении.
6. Рыночный спрос и его факторы.
7. Рыночное предложение и его факторы.
8. Рыночное равновесие: равновесная цена и объем продаж.
9. Функция маркетинга в бизнесе.
10. Нужда, потребность и спрос – их различие и взаимосвязь.
11. Что такое сегментирование рынка и его цель.
12. Что такое рынок и целевой рынок их значение для предпринимателя.
13. Реакция потребителя на изменение цен и дохода.
14. Составные части комплекса маркетинга.
15. Предприятие, его внешняя и внутренняя среда.
16. Уровни товара по Ф.Котлеру.
17. Жизненный цикл инновации, рынка и товара.
18. Этапы разработки инновационного продукта.

11.1.2. Типовые тестовые задания

1. Введение термина «инновация» связывают с именем:

- а) Платона; в) Кейнса; с) Шумпетера; д) Маркса.

2. К источнику финансирования инновационного проекта не относятся:

- а) собственные средства в) оборотные средства; с) средства полученные на возвратной основе.

3. Какие два понятия относятся к общественному разделению труда

- а) производительные силы; в) специализация; с) кооперация; д) рынок.

4. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:

- а) комплекс маркетинга; в) выборка; с) маркетинговая информация; д) рынок.

5. Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это

- а) товар в реальном исполнении; б) товар по замыслу;

6. Конечной целью маркетинга является:

- а) расширение ассортимента; в) удовлетворение человеческих нужд и потребностей;
с) расширение предприятия.

7. Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется:

- а) ассортиментом; в) товаром; с) номенклатурой.

8. Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется:

- а) выделение; в) концентрация; с) сегментирование рынка.

9. Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:

- а) роста; в) зрелости; с) упадка.

10. Потребность, подкрепленная покупательной способностью - это
а) нужда; в) запрос; с) товар.
11. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это
а) потребность; в) запрос; с) товар.
12. Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара - это
а) торговая точка; в) оптовая фирма; с) рынок.
13. Потребители, одинаково реагирующие на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга – это
а) семья; в) сегмент рынка; с) общественная группа.
14. Что является основным в определении сути маркетинга?
а. сбыт товаров в. снижение издержек производства
с. установление цен на товары д. удовлетворения потребностей потребителей
15. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:
А) товар, цена, продвижение товара, распространение
В) товар, стимулирование сбыта, реклама
С) сбыт товара, ценообразование, продвижение
Д) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков
16. С точки зрения маркетинга товар — это:
А) результат исследований, разработок и производства
В) продукт труда предназначен для продажи
С) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей
Д) все товары на предприятиях
17. Ф.Котлер различает следующие уровни товара:
А) новый и модифицированный
В) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;
С) товар с упаковкой; товар без упаковки;
Д) второй сорт, первый сорт, высший сорт
18. Отбор целевых рынков — это:
А) удовлетворения всех без исключения потребителей;
В) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется.
С) определение места продажи своего товара;
Д) определение вида продвижения товара.
19. Жизненный цикл товара – это:
А) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
В) интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;

- С) совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- Д) процесс развития продаж товара и получение прибыли;
20. Физиологические нужды включают в себя:
- А) обеспеченность пищей, одеждой, жильём;
- В) обеспеченность пищей, одеждой, привязанность;
- С) безопасность.
21. Определите правильную последовательность этапов разработки нового товара:
- А) генерация идей, отбор идей, разработка концепции и ее проверка, разработка маркетинговой стратегии, анализ бизнеса, разработка непосредственно продукта, пробный маркетинг, коммерческая реализация.
- В) проверка концепции идеи, экономический анализ, оценка продукции, пробный маркетинг, коммерческая реализация;
- С) генерация идей, оценка продукции, разработка продукции, экономический анализ, пробный маркетинг, коммерческая реализация.
22. Первая стадия в процессе создания нового продукта – это:
- А) экономический анализ;
- В) конструирование товара;
- С) поиск идеи.
23. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:
- А) внедрения; в) спада; с) зрелости.
24. На каком этапе жизненного цикла цена товара максимально низкая:
- А) выведение на рынок; в) зрелость; с) упадок.