

**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

« 05 » 05 \_\_\_\_\_ 2022 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 2022

Выпускающая кафедра Технологическое оборудование и транспортные системы

Кафедра-разработчик Экономика и гуманитарные дисциплины

Объем дисциплины 108/3  
часов/з.е

Промежуточная аттестация зачет

Разработчик: преподаватель Фадеев Д.И.

Дзержинск 2022



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 28.04.2022 № 8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры-разработчика РПД «Экономика и гуманитарные дисциплины»  
протокол от 05.05.2022 № 9

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
<b>УК-3</b>	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
<b>УК-6</b>	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, выработать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.	<b>Знать:</b> основы SWOT и STEP анализа.	<b>Уметь:</b> применять SWOT и STEP анализа.	<b>Владеть:</b> 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 ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	<b>Знать:</b> что такое командная работа.	<b>Уметь:</b> организовать работу команды	<b>Владеть:</b> 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.	<b>Знать:</b> что такое ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные)	<b>Уметь:</b> определять приоритеты собственной деятельности.	<b>Владеть:</b> 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
<b>1. Контактная работа обучающихся с преподавателем</b> (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:	21	21
<b>1.1. Аудиторные занятия (всего), в том числе:</b>	17	17
- лекции (Л)	8	8
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
- практические занятия (ПЗ)	9	9
- практикумы (П)	-	-
<b>1.2. Внеаудиторные занятия (всего), в том числе:</b>	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	-	-
<b>2. Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)</b>	87	87
<b>Вид промежуточной аттестации</b> зачет	зачет	зачет
<b>Общая трудоемкость, часы/зачетные единицы</b>	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
<b>1. Контактная работа обучающихся с преподавателем</b> (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:	21	21
<b>1.1. Аудиторные занятия (всего), в том числе:</b>	17	17
- лекции (Л)	8	8



- лабораторные работы (ЛР)	-	-
- практические занятия (ПЗ)	9	9
- практикумы (П)	-	-
<b>1.2. Внеаудиторные занятия (всего), в том числе:</b>	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	-	-
<b>2. Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)</b>	87	87
<b>Вид промежуточной аттестации</b> <b>зачет</b>	зачет	зачет
<b>Общая трудоемкость, часы/зачетные единицы</b>	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 (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС)				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
УК-1, УК-3, УК-6, ИУК-1.1, ИУК-3.1, ИУК – 6.1	<b>Тема 1.</b> 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.		
	<b>Тема 2.</b> 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 (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС) час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						133, 167-170.			
	<b>Тема 3.</b> 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.		
	<b>Тема 4.</b> 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.		
	<b>Тема 5.</b> 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.		
	<b>Тема 6.</b> Маркетинг инноваций	2		2	24	Проработка	Разбор решения		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС)				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						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	конкретных примеров с помощью презентации у доски		
	<b>Тема 7. Бизнес-модели инноваций</b>	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 примеров с помощью презентации у доски		
	<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>9</b>	<b>87</b>				

Таблица 6

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

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС)				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
УК-1, УК-3, УК-6, ИУК-1.1, ИУК-3.1, ИУК – 6.1	<b>Тема 1.</b> 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.		
	<b>Тема 2.</b> 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.		
	<b>Тема 3.</b> Технологические уклады и их смена	1		1	8	Проработка конспекта текущей лекции, чтение основной литературы 6.1.2: С. 6-11, 11-16,	Письменное тестирование.		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС) час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						52-67, 112-115, 130-133, 167-170.			
	<b>Тема 4.</b> 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.		
	<b>Тема 5.</b> 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.		
	<b>Тема 6.</b> 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.	Разбор решения конкретных примеров с помощью презентации у доски		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование тем	Виды учебной работы				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках практической подготовки и (трудоемкость в	Наименование разработанного электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа обучающихся (СРС) час				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час					
						Выполнение практических заданий по теме			
	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 примеров с помощью презентации у доски		
	<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>9</b>	<b>87</b>				

## **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**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Зачёт</b>
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 max рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 55-70% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 71-85% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 86-100% от max рейтинговой оценки контроля
<b>УК-1.</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать 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.
<b>УК-3.</b> 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.
<b>УК-6.</b> 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	<a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
2	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
3	Виртуальная книжная полка НТБ НГТУ	<a href="http://cdot-nntu.ru/электронная_библиотека">http://cdot-nntu.ru/электронная_библиотека</a>
4	Информационная система "Единое окно	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>

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 <a href="https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html">https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html</a>
2	Microsoft office 2010 (Лицензия № 49487295 от 19.12.2011)	OpenOffice <a href="https://www.openoffice.org/ru/">https://www.openoffice.org/ru/</a>
3	Консультант Плюс	PTC Mathcad Express <a href="https://www.mathcad.com/ru">https://www.mathcad.com/ru</a>

### 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	<a href="https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts">https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts</a>
2	Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	<a href="https://cyberpedia.su/21x47c0.html">https://cyberpedia.su/21x47c0.html</a>
3	Инструменты и веб-ресурсы для веб-разработки – 100+	<a href="https://techblog.sdstudio.top/blog/instrumenty-i-veb-resursy-dlia-veb-razrabotki-100-plus">https://techblog.sdstudio.top/blog/instrumenty-i-veb-resursy-dlia-veb-razrabotki-100-plus</a>
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.

### 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 проводится 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 относится:

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.