


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ИФФВТ

от 16 июня 2020 г. протокол № 11/02-19-10

Председатель _____ (Хусаинов А.Ш.)

(подпись, расшифровка подписи)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Маркетинг инноваций
Факультет	Инженерно-физический факультет высоких технологий
Кафедра	Кафедра инженерной физики
Курс	2

Направление (специальность): **27.03.05 «Инноватика» (бакалавриат)**
(код направления (специальности), полное наименование)

Направленность (профиль/специализация):

Управление инновациями

(полное наименование)

Форма обучения: **очная**

(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2020 г.**

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №1 от 30 августа 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Сведения о разработчиках:


ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Максимова С.Ю.	Кафедра инженерной физики	старший преподаватель

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой ИФ

/С.Б. Бакланов/

13 июня 2020 г.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		


ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ
в рабочую программу дисциплины «Маркетинг инноваций»

Направление (специальность): **27.03.05 «Инноватика» (бакалавриат)**

Направленность (профиль/специализация): **Управление инновациями**

Форма обучения: **очная**

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Актуализирован раздел 11в (приложение 1).	Бакланов С.Б.		30.08.21

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса теоретических знаний, практических умений и навыков в сфере маркетинга инновационных продуктов и технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение принципов организации, управления и оценки инновационно-предпринимательской деятельности;
- изучение основных концепций генерации новых идей, продуктов и технологий, закономерностей распространения инноваций на рынках, способах продвижения инноваций;
- формирование представлений о принципах и механизмах управления разработкой, распространением и продвижением инноваций;
- формирование умений анализа существующих и потенциальных запросов потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя с учетом особенностей жизненного цикла продукта, технологий и ключевых компетенций компаний;
- формирование умений сегментирования рынков, выбора целевых сегментов и четкое позиционирование инновационного продукта;
- формирование умений анализа процессов и проектирования механизмов управления распространением и продвижением инноваций;
- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга инноваций, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП


Дисциплина является обязательной и относится к вариативной части Блока Б1, учебного плана (Б1.В.1.13) основной профессиональной образовательной программы (ОПОП). Данная дисциплина является одной из основополагающих дисциплин в системе подготовки бакалавра по направлению 27.03.05 «Инноватика». Дисциплина охватывает широкий круг проблем и ее цель формирование у студентов знаний о маркетинге инноваций как современной концепции бизнеса. Полученные знания и навыки позволят им решать практические задачи при осуществлении маркетинга инноваций на предприятии.

Дисциплина читается в 3-ем семестре 2-ого курса студентам очной формы обучения и базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана:

- «Теоретическая инноватика»;
- «Основы предпринимательского права»;
- «Охрана труда и производственная безопасность»;
- «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»;
- «Безопасное взаимодействие человека с техническими системами»;
- Информатика

Для освоения дисциплины студент должен иметь следующие «входные» знания, умения, навыки и компетенции:

- знание базовых профессиональных понятий и определений в области теоретической инноватики, основ предпринимательского права, охраны труда и производственной безопасности, информатики;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

- способность использовать основные положения и методы социальных и экономических наук;
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- способность ориентироваться в основных нормативно-правовых актах в области обеспечения производственной безопасности;
- способность определять опасные, чрезвычайно опасные зоны, зоны приемлемого риска;


- способность применять методы математического анализа и моделирования;

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- «Инновационный менеджмент»;
- «Основы проектного управления»;
- «Защита интеллектуальной собственности и патентование»;
- «Бизнес-планирование»;
- «Технология и организация производства»;
- «Современные методы организации производства»;
- «Управление стартапами в социальном предпринимательстве»;
- «Управление стартапами в технологическом предпринимательстве»;
- «Основы компьютерного конструирования»;
- «Информационная безопасность и базы данных»;
- «Информационное обеспечение, базы данных»;
- «Основы технологии производства»;
- «Управление исследованиями и разработками»;
- «Управление инновационными проектами»;
- «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»;
- «Мировая экономика»;
- «Основы экономических расчетов»;
- «Современные финансовые инструменты технологического предпринимательства»;
- «Современные финансовые инструменты социального предпринимательства»;
- «Теория решения изобретательских задач»;
- «Финансовый анализ»;
- «Финансы и кредит»;
- «Стратегическое управление инновациями»;
- «Статистические методы в управлении качеством»;
- «Финансовый и управленческий учет»;
- «Научно-исследовательская работа»;
- «Управление процессами», а также могут быть использованы при выполнении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, при прохождении преддипломной практики; при подготовке к сдаче и сдача государственного экзамена; при защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.


3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ОПК-3 Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией на основе прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать компьютерные технологии и базы данных, пакеты прикладных программ управления проектами</p>	<p>Знать: основные информационно-коммуникационные технологии в деловой сфере деятельности. Уметь: обрабатывать информацию с использованием пакетов прикладных программ деловой сферы деятельности. Владеть: инструментальными средствами управления информацией.</p>
<p>ПК-4 способность анализировать проект (инновацию) как объект управления</p>	<p>Знать: теорию, принципы и методы анализа проекта (инновации) как объекта управления; Уметь: анализировать проект инновацию как объекта управления; осуществлять анализ инновационных разработок с позиций создания потребительской ценности и продвижения на рынок на основе современных подходов, методов и инструментов маркетинга инноваций. Владеть: практическими навыками по выполнению задач управления проектами (инновациями)</p>
<p>ПК-5 Определять стоимостную оценку основных ресурсов и затрат по реализации проекта</p>	<p>Знать: виды и формы ресурсов и затрат по реализации проекта; специфику рынка инноваций, его субъектов, основные элементы инфраструктуры рынка инноваций и рыночные барьеры; методы и инструменты маркетинга, используемые на рынке инноваций. Уметь: проводить стоимостную оценку основных ресурсов и затрат на реализацию инновационного проекта (программы);- проводить расчеты затрат на производство и реализацию продукции Владеть: навыками определения оценки основных ресурсов и затрат по реализации по реализации проекта; навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений в сфере инноваций</p>
<p>ПК-7 Способность систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов</p>	<p>Знать: принципы систематизации информации для решения конкретных задач по использованию и формированию ресурсов для выбора оптимального плана решений и построения оптимизационных моделей; Уметь: систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов проекта. Владеть: современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации по использованию и формированию ресурсов</p>
<p>ПК-9 Способность использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования</p>	<p>Знать: методы реализации проектов в области маркетинга. Уметь: использовать информационные технологии в проектной деятельности, разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности. Владеть: навыками генерации идей и продвижения инноваций в интеллектуальных и социальных сетях.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 5 ЗЕТ.


4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
		3
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	72	72
Аудиторные занятия:		
• Лекции	36	36
• семинары и практические занятия	36	36
• лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	72	72
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	тестирование; устный опрос; деловая игра; кейс-задание, заслушивание докладов, проверка выполнения практических заданий, проверка выполнения заданий на КР, защита КР	тестирование; устный опрос; деловая игра; кейс-задание, заслушивание докладов, проверка выполнения практических заданий, проверка выполнения заданий на КР, защита КР
Курсовая работа	+	+
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	36 (экзамен)	36 (экзамен)
Всего часов по дисциплине	180	180

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения – *очная*

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
1. Основы концепции маркетинга инновации	6	2	2		2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов
2. Маркетинговые исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов	8	2	2		4	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов
3. Маркетинг инноваций на предприятии	6	2	2		2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов
4. Маркетинг нового товара	6	2	2	2	2	тестирование,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

						устный опрос, заслушивание докладов, кейс
5.Маркетинг-микс инноваций	12	4	4	2	4	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов, кейс
6.Мероприятия целевого маркетинга	6	2	2		2	тестирование, устный опрос, деловая игра
7.Позиционирование инновационного продукта на рынке	6	2	2		2	тестирование, устный опрос, проверка решения практических заданий, заслушивание докладов
8. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	6	2	2		2	тестирование, устный опрос, кейс
9.Затраты на осуществление инновационной деятельности	12	4	4	2	4	тестирование, устный опрос, круглый стол
10.Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта	10	4	4		2	тестирование, устный опрос, кейс-задание
11.Стратегический маркетинг инноваций	12	4	4	2	4	тестирование, устный опрос, кейс-задание
12.Тактический маркетинг инноваций	6	2	2		2	тестирование, устный опрос
13.Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации	12	4	4	2	4	тестирование, устный опрос
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	+					устный опрос, самостоятельная работа
<i>Курсовая работа (КР) по дисциплине</i>	36	-	-	-	36	текущий контроль этапности, проверка выполнения заданий по КР; защита КР
<i>Экзамен по дисциплине</i>	36	-	-	-	+	-
ИТОГО:	180	36	36		72	


5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Основы концепции маркетинга инновации

Сущность и виды маркетинга инноваций. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга. Функции маркетинга инноваций. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия. Управление маркетингом инноваций

Тема 2. Маркетинговые исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов

Структура и виды маркетинговой информации. Понятие и методы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Типология и характеристика основных

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

методов исследования нового продукта

Тема 3. Маркетинг инноваций на предприятии

Значения маркетинга инноваций на предприятии. Формы финансирования инноваций на предприятии. Стратегии инновационного развития предприятия.

Тема 4. Маркетинг нового товара

Принятие решений о выпуске новых товаров. Технология маркетинга нового товара. Причины провала новой продукции.

Тема 5. Маркетинг-микс инноваций

Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта. Инновационная товарная политика. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга инновационной деятельности.

Тема 6. Мероприятия целевого маркетинга

Основное понятие и подходы к сегментированию инновационных продуктов. Правила перехода от сегмента рынка к целевому сегменту

Тема 7. Позиционирование инновационного продукта на рынке

Позиционирование на целевом рынке. Методы позиционирования нового продукта

Тема 8. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций

Сущность и содержание методов управления инновациями. Содержание приемов управления инновациями

Тема 9. Затраты на осуществление инновационной деятельности

Сущность и виды затрат на инновационную деятельность. Специфика прогнозирования затрат на инновационную деятельность. Методика исчисления затрат на инновационную деятельность. Управление затратами и финансирование

Тема 10. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта

Виды инновационных стратегий в зависимости от конкурентной позиции. Инновационные стратегии фирм с учетом жизненного цикла продукта.

Тема 11. Стратегический маркетинг инноваций

Стратегический маркетинг в инновационной сфере. Регулярный и санационный стратегический маркетинг. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта.


Тема 12. Тактический маркетинг инноваций

Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие. Анкетирования потребителя и разработка карты преимуществ для нового товара.

Тема 13. Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации

Хайтек-продукция и рынок инноваций. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов и ценообразование. «Подрывные» инновации как технологические нововведения.

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебной дисциплины и должен давать наибольший объем информации и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньших затратах времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

5.1 В случае необходимости в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий общий объем часов (з.е), установленный УП направления подготовки/специальности по каждой дисциплине/практике, остается неизменным и реализуется в полном объеме.

Учебная и производственная практика для всех направлений подготовки/специальностей всех форм обучения может частично или в полном объеме реализовываться в дистанционном формате.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Основы концепции маркетинга инновации

ЗАНЯТИЕ 1

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Сущность и виды маркетинга инноваций
2. История взаимодействия маркетинга и инновационной деятельности
3. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга
4. Цель, задачи и функции маркетинга инноваций.
5. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия
6. Управление маркетингом инноваций

1. Подготовить доклады по следующим темам:

1. Инновации как главный фактор конкурентных преимуществ фирмы
2. История взаимодействия маркетинга и инновационной деятельности
3. Отличия маркетинга инноваций и инновационного маркетинга

2. Выполнить тестовые задания

3. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования

Тема 2. Маркетинговые исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов

ЗАНЯТИЕ 2

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).


1. Структура и виды маркетинговой информации
2. Понятие и методы маркетинговых исследований
3. Виды маркетинговых исследований
4. Типология и характеристика основных методов исследования нового продукта

1. Подготовить доклады по следующим темам:

1. Роль маркетинговых исследований в создании инноваций
2. Информационные технологии в маркетинге

2. Выполнить тестовые задания

3. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Тема 3. Маркетинг инноваций на предприятии ЗАНЯТИЕ 3

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Значения маркетинга инноваций на предприятии.
2. Формы финансирования инноваций на предприятии.
3. Стратегии инновационного развития предприятия.

1. Подготовить доклады по следующим темам:

1. Оценка инновационного потенциала организации
 2. Тестирование нового товара в рыночных условиях
 3. Процесс разработки и вывода на рынок нового продукта
 4. Особенности покупательского поведения в России по отношению к новым товарам.
- 2. Выполнить тестовые задания*
- 3. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 4. Маркетинг нового товара ЗАНЯТИЕ 4

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс-задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Принятие решений о выпуске новых товаров
2. Технология маркетинга нового товара.
3. Причины провала новой продукции.

Кейс-задание для коллективного решения (**КЗ-1**):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

Выполнить тестовые задания

Подготовиться к опросу по вопросам собеседования


Тема 5. Маркетинг-микс инноваций ЗАНЯТИЕ 5

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс-задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта. Инновационная товарная политика.
2. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.
3. Особенности управления распространением инноваций.

Кейс-задание для коллективного решения (**КЗ-2**):

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

1. Подготовить доклады по следующим темам:

1. Жизненный цикл инновации
2. Особенности рекламы научно-технических новинок
3. Формирование системы продвижения новой технологии
4. Формирование сбытовой сети для реализации новых технологий

2. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования

ЗАНЯТИЕ 6

Форма проведения – семинар, дискуссия, деловая игра.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Проблема эффективности новых методов маркетинга инновационной деятельности.

Задание на деловую игру (ДИ-1):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Перед началом игры они выбирают руководителя и также стратегию своего поведения, которая может строиться как на сугубо прагматических основаниях — занятие более высокого места в игре в результате выбора наиболее яркой и предпочтительной формы проектирования своей работы, так и на общественной значимости и на степени проработанности вопросов содержания экономической деятельности в плане развития научно-технических достижений, разработки и внедрения различных инноваций в сфере услуг, товаров и самой организации их производства и представления. Группы моделируют условные предприятия (название, формат предприятия придумывают сами, роли распределяются в зависимости от выбранной модели). Группы разрабатывают стратегию продвижения инновационного материала и рассчитывают максимальную отдачу производства продукции. По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*


Тема 6. Мероприятия целевого маркетинга

ЗАНЯТИЕ 7

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Основное понятие и подходы к сегментированию инновационных продуктов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

2. Правила перехода от сегмента рынка к целевому сегменту.

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 7. Позиционирование инновационного продукта на рынке

ЗАНЯТИЕ 8

Форма проведения – семинар, дискуссия, решение задач

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Позиционирование на целевом рынке.
2. Методы позиционирования нового продукта.
 1. *Подготовить доклады по следующим темам:*
 1. Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара
 2. Марка и товарный знак. Инновации в упаковке
 2. *Выполнить тестовые задания*
 3. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 8. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций

ЗАНЯТИЕ 9

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс-задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Сущность и содержание методов управления инновациями.
2. Содержание приемов управления инновациями

Кейс-задание для коллективного решения (**КЗ-3**) «Обновление товара и продвижение его на рынок»:

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*


Тема 9. Затраты на осуществление инновационной деятельности

ЗАНЯТИЕ 10

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Сущность и виды затрат на инновационную деятельность.
2. Специфика прогнозирования затрат на инновационную деятельность.
3. Методика исчисления затрат на инновационную деятельность.
 1. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ЗАНЯТИЕ 11

Форма проведения – семинар, дискуссия, круглый стол.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Управление затратами и финансирование

Организация круглого стола (КС-1):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). «Круглый стол» организуется следующим образом: 1) Преподавателем формулируются (рекомендуется привлекать и самих студентов) вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему; 2) Вопросы распределяются по группам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки; 3) В ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности. Выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения. По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

1. Выполнить тестовые задания
2. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования

Тема 10. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта

ЗАНЯТИЕ 12

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс- задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Классификация инновационных стратегий
2. Какими факторами определяется уязвимость стратегического плана.
3. Какие факторы обеспечивают конкурентные преимущества? Какое значение имеют среди них инновации?

Кейс-задание для коллективного решения (КЗ-4):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).


1. Подготовиться к опросу по вопросам собеседования

ЗАНЯТИЕ 13

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс- задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Какие существуют виды конкурентных структур? Охарактеризуйте каждую из них
2. Каковы наиболее общие виды стратегий конкурентного поведения. Охарактеризуйте каждый их них.
3. Инновационные стратегии фирм с учетом жизненного цикла продукта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Кейс-задание для коллективного решения (**КЗ-5**):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.

Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 11. Стратегический маркетинг инноваций

ЗАНЯТИЕ 14

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Стратегический маркетинг в инновационной сфере.
2. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.
3. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта.
4. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку инновационной деятельности.
5. Что является причинами инноваций, дающих конкурентные преимущества предприятию (по М. Портеру)
6. Какие вводятся стратегические альтернативы развития

ЗАНЯТИЕ 15

Форма проведения – семинар, дискуссия, кейс-задание.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Что относится к положительным сторонам вертикальной интеграции
2. Какие методы принимаются для решения по выбору нового продукта

Кейс-задание для коллективного решения (**КЗ-6**):

Практическая работа студентов в малых группах (по 3-5 человек). Группы знакомятся с текстом кейса и делают последующий анализ его непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа: первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

По завершении производится заслушивание доклада каждой малой группы, его общее публичное обсуждение и итоговое оценивание с участием преподавателя.


Время - общее 60 мин. (50 мин. – самостоятельная работа, 10 мин. – обсуждение каждого доклада).

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 12. Тактический маркетинг инноваций

ЗАНЯТИЕ 16

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие.
2. Анкетирования потребителя и разработка карты преимуществ для нового товара.

1. *Выполнить тестовые задания*
2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

Тема 13. Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации

ЗАНЯТИЕ 17

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Хайтек-продукция и рынок инноваций.
2. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов и ценообразование.
3. Подрывные инновации как технологические нововведения.

ЗАНЯТИЕ 18

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы по теме (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Принципы «подрывных» инноваций.
2. Топ-5 хайтек-компаний - биржевых лидеров.
3. Базовые метрики инноваций.
 1. *Выполнить тестовые задания*
 2. *Подготовиться к опросу по вопросам собеседования*

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


Цели, задачи, результаты, требования по содержанию, объему и оформлению курсовой работы (КР), а также методические рекомендации по выполнению определены в методических указаниях по выполнению курсовых работ по дисциплине «Маркетинг инноваций»

При освоении данного вида учебной работы используются исследовательские методы обучения, предполагающие самостоятельный творческий поиск и применение знаний обучающимися. Курсовая работа (КР) - это письменная работа, которая строится по логике проведения классического научного исследования.

КР входит в индивидуальное портфолио студента.

Примерная тематика курсовых работ:

1. Система маркетинга инноваций на предприятии
2. Основные понятия и особенности маркетинга инноваций
3. Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики
4. Маркетинговое планирование инноваций
5. Особенности становления и развития маркетинга инноваций в России
6. Роль маркетинга инноваций в экономическом развитии страны на современном этапе
7. Формирование системы маркетинговой информации инноваций на фирме
8. Применение маркетинга на рынке Интернет-услуг
9. Технология и организация маркетинговых исследований инновационного продукта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

10. Особенности управления маркетингом инноваций в сфере средств производства

11. Обоснование проекта ассортиментной политики при разработке базисной инновации

12. Каналы сбыта инновационного товара и их организация

13. Жизненный цикл инновационного товара и маркетинговая политика

14. Мотивация потребителей как составляющая маркетинга инноваций

15. Теория поведения покупателей, ее место в концепции маркетинга инноваций

16. Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая

17. Специфика маркетинга инноваций на высокотехнологичных рынках

18. Развитие маркетинга инноваций в условиях рынка

19. Прогнозирование уровня конкурентоспособности инновации на смежных сегментах рынка

20. Торговая марка, ее место в маркетинговой политике инновационного предприятия

21. Разработка и внедрение нового товара на рынок

22. Маркетинговые решения по генерированию, созданию, выводу на рынок и управлению развитием нового продукта

23. Интернет-маркетинг

24. Брендинг как инструмент маркетинговой политики инновационного предприятия

25. Управление затратами и ценообразование в инновационной сфере

26. Разработка маркетинговых стратегий в рамках выхода инновационного товара на рынок

27. Организация маркетинга инновационных товаров

28. Подрывные инновации как факторы экономического роста

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Маркетинг инноваций: особенности концепции, опыт применения в современных условиях

2. Сущность и виды маркетинга инноваций

3. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга

4. Цель, задачи и функции маркетинга инноваций.

5. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия

6. Управление маркетингом инноваций

7. Структура и виды маркетинговой информации

8. Понятие и методы маркетинговых исследований

9. Виды маркетинговых исследований

10. Типология и характеристика основных методов исследования нового продукта

11. Значения маркетинга инноваций на предприятии.

12. Формы финансирования инноваций на предприятии.

13. Стратегии инновационного развития предприятия.

14. Принятие решений о выпуске новых товаров

15. Технология маркетинга нового товара.


16. Причины провала новой продукции

17. Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта.

18. Инновационная товарная политика.

19. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.

20. Особенности управления распространением инноваций.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		


21. Управление торговой маркой (бренд-менеджмент)
22. Проблема эффективности новых методов маркетинга инновационной деятельности.
23. Основное понятие и подходы к сегментированию инновационных продуктов
24. Правила перехода от сегмента рынка к целевому сегменту
25. Позиционирование на целевом рынке
26. Методы позиционирования нового продукта
27. Сущность и содержание методов управления инновациями.
28. Содержание приемов управления инновациями
29. Сущность и виды затрат на инновационную деятельность.
30. Специфика прогнозирования затрат на инновационную деятельность.
31. Методика исчисления затрат на инновационную деятельность.
32. Управление затратами и финансирование
33. Виды инновационных стратегий в зависимости от конкурентной позиции
34. Инновационные стратегии фирм с учетом жизненного цикла продукта
35. Стратегический маркетинг в инновационной сфере.
36. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.
37. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта.
38. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку инновационной деятельности.
39. Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие.
40. Анкетирования потребителя и разработка карты преимуществ для нового товара.
41. Хайтек-продукция и рынок инноваций.
42. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов и ценообразование.
43. «Подрывные» инновации как технологические нововведения.
44. Принципы «подрывных» инноваций.
45. Топ-5 хайтек-компаний - биржевых лидеров.
46. Базовые метрики инноваций.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).

Форма обучения – очная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, реферат, доклад, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля
1. Основы концепции маркетинга инновации	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка материалов для доклада • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов экзамен
2. Маркетинговые	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно- 	4	тестирование, устный опрос,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов	методического и информационного обеспечения дисциплины; <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к тестированию; • Подготовка материалов для доклада • Подготовка к сдаче экзамена 		заслушивание докладов, экзамен
3. Маркетинг инноваций на предприятии	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка материалов для доклада • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов, экзамен
4. Маркетинг нового товара	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка материалов для доклада • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, заслушивание докладов, экзамен
5. Маркетинг-микс инноваций	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка материалов для доклада по результатам деловой игры; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена 	4	тестирование, устный опрос, кейс-задание, деловая игра, экзамен
6. Мероприятия целевого маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, экзамен
7. Позиционирование инновационного продукта на рынке	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, проверка решения практических заданий, заслушивание докладов, экзамен
8. Маркетинговые приемы реализации, продвижения и диффузии инноваций	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена 	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен
9. Затраты на осуществление	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала 	4	тестирование,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

инновационной деятельности	с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию, деловой игре; • Подготовка к сдаче экзамена		устный опрос, круглый стол, экзамен
10. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта	• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен
11. Стратегический маркетинг инноваций	• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена	4	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен
12. Тактический маркетинг инноваций	• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена	2	тестирование, устный опрос, экзамен
13. Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации	• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче экзамена	4	тестирование, устный опрос, экзамен
<i>Курсовая работа (КР) по дисциплине</i>	• Выполнение заданий на КР; • Оформление КР; • Подготовка к защите КР	36	текущий контроль этапности, проверка выполнения заданий на КР; защита КР


11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 272 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00018-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/414736>

2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.]; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 257 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. [SMART Imagebase](https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741) // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.


6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрированных пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. УИТиТ
Должность сотрудника УИТиТ

Ключкова АВ
ФИО

[Подпись]
подпись

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик


[Подпись]

(подпись)

ст. преподаватель С.Ю. Максимова


(должность)

(ФИО)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Приложение 1

- 1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.7. **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost: [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102> . – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].
- 3. Базы данных периодических изданий:**
- 3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный
- 3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 4. Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.
- 5. SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO->

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: [http://www.edu.ru.](http://www.edu.ru/) – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. ИТ

Должность сотрудника УИТиТ

Ключкова М.А.

ФИО

18.01.2020

подпись

дата