


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

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета инженерно-физического  
факультета высоких технологий  
от 15 июня 2021 г., протокол № 11

Председатель \_\_\_\_\_ /В.В.Рыбин/  
(подпись)  
15 июня 2021 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<i>Маркетинг инноваций</i>
Факультет	Инженерно-физический факультет высоких технологий
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 2021 г.**


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №1 от 30.08.2022 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
<b>Максимова С.Ю.</b>	<b>инженерной физики</b>	<b>старший преподаватель</b>

<b>СОГЛАСОВАНО</b>	
Заведующий кафедрой ИФ	
 _____ (подпись)	/С.Б. Бакланов/ (ФИО)
10 июня 2021 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 п.11 приложение 1	Бакланов С.Б.		30.08.2022

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.1.03) 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.

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

- «Бизнес-планирование»;
- «Технология и организация производства»;
- «Современные методы организации производства»;
- «Управление стартапами в технологическом предпринимательстве»;
- «Управление стартапами в социальном предпринимательстве»;
- «Информационное обеспечение, базы данных»;
- Основы технологии производства»;
- «Основы экономических расчетов»;
- «Финансовый анализ»;
- «Финансы и кредит»;
- «Стратегическое управление инновациями»;

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

- «Системы принятия решений»;
- «Управление инновационными проектами»;
- «Промышленные технологии и инновации»;
- «Автоматизация эксперимента»;
- «Управление рисками в инновационных проектах»;
- «Технологии автоматизированного управления объектами и процессами»;
- «Инновационное моделирование систем и процессов»;
- «Управление процессами», а также могут быть использованы при выполнении организационно-управленческой практики и экспериментально-исследовательской практики, 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 следующей компетенции:


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК–1 Способность осуществлять тактическое управление процессами организации производства и руководство выполнением типовых задач тактического планирования производства	<b>Знать:</b> типовые методы и способы выполнения профессиональных задач в области планирования, организации и управления производством; <b>Уметь:</b> выполнять типовые расчеты, необходимые для составления проектов перспективных планов производственной деятельности организации; <b>Владеть:</b> навыками разработки мероприятий по рациональной организации системы управления производством в организации.

### 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 (в т.ч. <u>0</u> ПрП)	36/36*	36/36*
• семинары и практические занятия (в т.ч. <u>0</u> ПрП)	36/36*	36/36*
• лабораторные работы, практикумы (в т.ч. <u>0</u> ПрП)	-	-
Самостоятельная работа	72	72

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


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)
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>180/72*</b>	<b>180/72*</b>

\* количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

#### 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 лекции	практически е занятия, семина ры	Занятия в интеракт ивной форме	Самостоя тельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
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	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов, кейс
5. Маркетинг-микс инноваций	12	4	4		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

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

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		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		4	тестирование, устный опрос, кейс-задание
12. Tактический маркетинг инноваций	6	2	2		2	тестирование, устный опрос
13. Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации	12	4	4		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	-	-	-	+	-
<b>ИТОГО:</b>	<b>180</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>72</b>	

## 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 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

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

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 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.

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

## 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*

### 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



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

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**):

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.

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

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.

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.

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

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*

### **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

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

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

**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.

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

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.


**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.

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. 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
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

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

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**

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.
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.

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

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"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка материалов для доклада</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов экзамен
2. Маркетинговые исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка материалов для доклада</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	4	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов, экзамен
3. Маркетинг инноваций на предприятии	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, заслушивание докладов,



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

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка материалов для доклада</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>		экзамен
4. Маркетинг нового товара	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка материалов для доклада</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, заслушивание докладов, экзамен
5. Маркетинг-микс инноваций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка материалов для доклада по результатам деловой игры;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	4	тестирование, устный опрос, кейс-задание, деловая игра, экзамен
6. Мероприятия целевого маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, экзамен
7. Позиционирование инновационного продукта на рынке	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	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"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен
9. Затраты на осуществление инновационной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию, деловой игре;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	4	тестирование, устный опрос, круглый стол, экзамен
10. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>		
11. Стратегический маркетинг инноваций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	4	тестирование, устный опрос, кейс-задание, экзамен
12. Тактический маркетинг инноваций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	2	тестирование, устный опрос, экзамен
13. Хайтек-маркетинг и «подрывные» инновации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче экзамена</li> </ul>	4	тестирование, устный опрос, экзамен
<i>Курсовая работа (КР) по дисциплине</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Выполнение заданий на КР;</li> <li>• Оформление КР;</li> <li>• Подготовка к защите КР</li> </ul>	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 вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491318>
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. **Часть 1.** : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492053>  
Маркетинг инноваций в 2 ч. **Часть 2.** : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492054>

#### дополнительная:

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489061>
2. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филипп Котлер ; Пер. с англ. - 7-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - ISBN 978-5-9614-5016-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL :

<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html>

3. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494062>
4. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489019>

#### учебно-методическая:

1. Иго А. В. Методические указания по выполнению и написанию курсовых работ по направлению «Инноватика» / А. В. Иго; УлГУ, ИФФВТ, Каф. инж. физики. - Ульяновск : УлГУ, 2019. – URL: : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4126>
2. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг инноваций» для студентов бакалавриата по направлению 27.03.05 «Инноватика» всех форм обучения / С. Ю. Максимова; УлГУ, ИФФВТ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 479 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/6863>

#### Согласовано:

Вед. специалист ООП НБ УлГУ  
Должность сотрудника научной библиотеки

Чамеева А.Ф.  
ФИО

  
подпись

дата

2022

#### б) Программное обеспечение:

- ОС Альт Рабочая станция 8;
- Мой Офис Стандартный.

#### в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

##### 1. Электронно-библиотечные системы:

- a. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2022]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
  - b. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2022]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
  - c. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2022]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
  - d. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2022]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.
  - e. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2022]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.
2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2022].
  3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2022]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.
  4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2022]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.
  5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2022]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.
  6. **Федеральные информационно-образовательные порталы:**
    - a. Информационная система [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](#). Режим доступа:

<http://window.edu.ru>.

b. Федеральный портал [Российское образование](http://www.edu.ru). Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

## 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

a. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.

b. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.

Согласовано:

  
Должность сотрудника УИТиТ

  
ФИО

  
подпись

дата

## 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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

## 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.

Разработчик



(подпись)

ст. преподаватель С.Ю. Максимова

(должность)

(ФИО)

Приложение 1

б) Программное обеспечение:

МойОфис

МойОфис Стандартный, ОС Альт Рабочая станция 8

**в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:**

**1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система сайт/ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. — Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. — Москва, [2022]. — URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. — Санкт- Петербург, [2022]. — URL: <https://e.lanbook.com>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com> . — Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

**3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. — 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, [2022]. — URL: <http://elibrary.ru>. — Режим доступа для авториз. пользователей. — Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. — Москва, [2022]. — URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. — Режим доступа для авториз. пользователей. — Текст электронный.

**4. 4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. — Москва, [2022]. — URL: <https://нэб.рф>. — Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. — Текст электронный.

**5. SMART Imagebase** научно-информационная база данных EBSCO // 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 : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.

6.2. Российское образование федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

## 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.u1su.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

*зам. нач. УИТИТ*  
Должность сотрудника УИТИТ

*Ключкова АВ*  
ФИО

*[Подпись]*  
подпись

\_\_\_\_\_  
дата