

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Шматко А. Д.

(подпись) ФИО

« 31 » 05 2022

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

Направление/специальность подготовки	27.03.01 Стандартизация и метрология
Специализация/профиль/программа подготовки	Стандартизация, управление качеством и метрология
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	О Естественнонаучный
Выпускающая кафедра	О2 ИНЖИНИРИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
4	8	3	108	39	13	0	26	69	0	18	51	Диф. зач.

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

### 27.03.01 Стандартизация и метрология

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ  
Лебедева Яна Олеговна, к.э.н., старший преподаватель



Программа рассмотрена  
на заседании кафедры-разработчика  
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**



Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена  
на заседании выпускающей кафедры

### О2 ИНЖИНИРИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Заведующий кафедрой Марков А.В., д.т.н., проф.



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ**

### **Разделы рабочей программы**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Приложения к рабочей программе дисциплины**

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-1.5 — способность принимать участие в разработке и внедрении стандартов и других нормативных документов в области метрологического обеспечения, сертификации и управления качеством продукции, оценивать эффективность защиты результатов интеллектуальной деятельности

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

### **ПСК-1.5**

*знания:*

- принципы и механизмы управления разработкой, распространения и продвижения инноваций;
- способы и механизмы защиты результатов интеллектуальной деятельности;
- предмет, метод и инструменты маркетинга инноваций;;

*умения:*

- определение способов защиты результатов интеллектуальной деятельности с учетом особенностей жизненного цикла продукта, технологий и ключевых компетенций компаний;
- сегментирование рынков, выбор целевых сегментов и четкое позиционирование инновационного продукта;
- оценивать эффективность защиты результатов интеллектуальной деятельности;;

*навыки:*

- анализ процессов и проектирования механизмов управления результатами интеллектуальной деятельности;
- разработка мер по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг);
- разрабатывать стратегию и политику защиты результатов интеллектуальной деятельности;.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению 27.03.01 *Стандартизация и метрология*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-6 — Способен принимать научно-обоснованные решения в области стандартизации и метрологического обеспечения на основе методов системного и функционального анализа
- УК-1 — Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

#### 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.5
4	8	<b>Раздел 1. Маркетинг инноваций: сущность и функции.</b> 1.1 Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики. 1.2 Формализация инноваций как объекта маркетинга. 1.3 Функции маркетинга инноваций.	22	7	2	5	15	25
4	8	<b>Раздел 2. Инновационная экосистема.</b> 2.1. Инновационная среда и ее структура. 2.2. Концепция инновационного потенциала. 2.3. Сущность и структура национальных инновационных систем. 2.4. Элементы инновационной инфраструктуры.	24	8	3	5	16	25
4	8	<b>Раздел 3. Характеристика рынка инноваций.</b> 3.1. Субъекты и объекты рынка инноваций. 3.2. Трансфер технологий. 3.3. Государственное регулирование рынка инноваций.	30	12	4	8	18	25
4	8	<b>Раздел 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.</b> 4.1. Основы маркетинговых исследований. 4.2. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных производств. 4.3. Оценка рынка и целевой сегмент. 4.4. Комплекс маркетинга. 4.5. Особенности продаж инновационных продуктов.	32	12	4	8	20	25
<b>Всего за 8 семестр</b>			108	39	13	26	69	100
<b>Всего по дисциплине</b>			108	39	13	26	69	100

#### 3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Маркетинг инноваций: сущность и функции.	Описание инновационного продукта. Классификация инновационного продукта. Основные потребительские характеристики инновационного продукта.	5
2	Раздел 2. Инновационная экосистема.	Анализ рынка инновационного продукта. Мировой рынок. Российский рынок и рынки регионов. Конкурентный анализ рынка.	5
3	Раздел 3. Характеристика рынка инноваций.	Особенности потребительского поведения и сегментация рынка инновационного продукта. Особенности потребительского поведения. Сегментация рынка.	8
4	Раздел 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.	План маркетинга инновационного продукта. Сегментация и позиционирование. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика.	8
<b>Всего за 8 семестр</b>			26

#### 3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Маркетинг инноваций: сущность и функции.	Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	15
2	Раздел 2. Инновационная экосистема.	Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	16
3	Раздел 3. Характеристика рынка инноваций.	Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	18
4	Раздел 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.	Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	20
<b>Всего за 8 семестр</b>			69

#### 3.4. Курсовая работа

СОДЕРЖАНИЕ ЭТАПА	ПЕРИОД ИСПОЛНЕНИЯ (недели семестра)	ПЛАНИРУЕМОЕ ВРЕМЯ (час)
Этап 1. Подбор, изучение и анализ литературы по выбранной теме курсовой работы. Определение ключевых вопросов, подлежащих исследованию, которые составят основу содержания курсовой работы.	1 - 3	5
Этап 2. Написание Введения и основных разделов курсовой работы. Во Введение определяются предмет, объект и методы исследования; цель и задачи. В соответствии с поставленными задачами определяются и раскрывается содержание разделов и подразделов работы.	4 - 11	10
Этап 3. Оформление выводов в Заключение курсовой работы на основе полученных результатов в ходе проведения исследования. Подготовка презентации к курсовой работе. Защита курсовой работы.	12 - 13	3
<b>Всего за 8 семестр</b>		<b>18</b>

#### 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8			Зад. СРС			ДР			Зад. СРС	ДР		Зад. СРС	Вопр. Зач, КР, диф. зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Зад. СРС – задания для самостоятельной работы;
- Вопр. Зач – вопросы к зачету;
- КР – курсовая работа;
- диф. зач. – дифференцированный зачет.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задания для самостоятельной работы;
- вопросы к зачету;
- курсовая работа.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература по дисциплине:

1. . Инновационная политика. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
2. . Инновационный маркетинг. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.

### 5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

### 5.3. Периодические издания:

1. Научноёмкие технологии.

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/bcode/491318> — Маркетинг инноваций — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов.;
2. <https://urait.ru/bcode/472020> — Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов.;
3. <https://urait.ru/bcode/495044> — Инновационная политика — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов.;
4. <https://urait.ru/bcode/472021> — Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов..

### Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;  
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

### Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. [http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=457](http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457) - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

### 5.5. Программное обеспечение:

1. Microsoft Office.

### 5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.



## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Лекционные занятия:**

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

### **6.2. Практические занятия:**

1. Проектор;
2. Microsoft Office.

### **6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *27.03.01 Стандартизация и метрология*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой *Р1* МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПСК-1.5 способность принимать участие в разработке и внедрении стандартов и других нормативных документов в области метрологического обеспечения, сертификации и управления качеством продукции, оценивать эффективность защиты результатов интеллектуальной деятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями маркетинга инновационных продуктов и технологий в условиях цифровой трансформации, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводом и продвижением на рынок инноваций, а также выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций. В рамках дисциплины рассматриваются основные концепции генерации новых идей, продуктов и технологий, закономерности распространения инноваций на рынках, способы продвижения инноваций. Структура дисциплины направлена на освоение постановки и практического решения задач маркетинга инноваций, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций на высокотехнологичном производстве.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задания для самостоятельной работы;
- вопросы к зачету;
- курсовая работа.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**13 ч.**), практические занятия (**26 ч.**), самостоятельная работа студента (**69 ч.**).

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 39 ч. аудиторных занятий, и 69 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
<b>Раздел 1. Маркетинг инноваций: сущность и функции.</b>		
Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	. Инновационный маркетинг: Москва: Юрайт, 2020 (1,2)	15
Итого по разделу 1		15
<b>Раздел 2. Инновационная экосистема.</b>		
Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	. Инновационная политика: Москва: Юрайт, 2020 (1,2)	16
Итого по разделу 2		16
<b>Раздел 3. Характеристика рынка инноваций.</b>		
Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	. Инновационный маркетинг: Москва: Юрайт, 2020 (1,2)	18
Итого по разделу 3		18
<b>Раздел 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.</b>		
Изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	. Инновационный маркетинг: Москва: Юрайт, 2020 (1,2)	20
Итого по разделу 4		20

## ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- задания для самостоятельной работы;
- вопросы к зачету;
- курсовая работа;
- дифференцированный зачет.

### Критерии оценивания

#### Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

#### Задания для самостоятельной работы

Тематика заданий:

Задание 1

Подготовить вопросы

1. Описание инновационного продукта.
2. Классификация инновационного продукта.
3. Основные потребительские характеристики инновационного продукта.

Выводы

Задание 2

Подготовить вопросы

1. Анализ рынка инновационного продукта.
  - 1.1. Мировой рынок.
  - 1.2. Российский рынок и рынки регионов.
  - 1.3. Конкурентный анализ рынка.

Выводы (специфика рынка, ключевые факторы, барьеры, проблемы, перспективы развития)

Задание 3

Подготовить вопросы

1. Особенности потребительского поведения и сегментация рынка инновационного продукта.
  - 1.1. Особенности потребительского поведения.
  - 1.2. Сегментация рынка.

Выводы

Задание 4

Подготовить вопросы

1. План маркетинга инновационного продукта.
  - 1.1. Сегментация и позиционирование.
  - 1.2. Ценовая политика.
  - 1.3. Сбытовая политика.
  - 1.4. Коммуникационная политика.

Выводы.

Критерии оценивания:

Оценка "зачтено" выставляется:

- при полностью выполненном задании, возможны незначительные недочеты;
- при полностью выполненном задании, при этом имеются существенные замечания по одному из вопросов задания или в целом по заданию имеются недочеты и замечания.

Оценка "не зачтено" выставляется, если задание не выполнено или выполнено с существенными замечаниями.

#### Вопросы к зачету

1. Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики.
2. Формализация инноваций как объекта маркетинга.
3. Функции маркетинга инноваций.

4. Классификация инновационного продукта.
5. Анализ рынка инновационного продукта.
6. Конкурентный анализ рынка инновационного продукта.
7. Особенности потребительского поведения на рынке инновационного продукта.
8. Сегментация рынка инновационного продукта.
9. Ценовая политика на рынке инновационного продукта.
10. Сбытовая политика на рынке инновационного продукта.
11. Коммуникационная политика на рынке инновационного продукта.
12. Основные потребительские характеристики инновационного продукта.
13. Инновационная среда и ее структура.
14. Концепция инновационного потенциала.
15. Сущность и структура национальных инновационных систем.
16. Элементы инновационной инфраструктуры.
17. Субъекты и объекты рынка инноваций.
18. Трансфер технологий.
19. Государственное регулирование рынка инноваций.
20. Основы маркетинговых исследований.
21. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных производств.
22. Оценка рынка и целевой сегмент.
23. Комплекс маркетинга.
24. Особенности продаж инновационных продуктов.

### **Курсовая работа**

Тематика Курсовых работ:

Темы курсовых работ связаны с маркетингом инновационного продукта (услуги)/технологии. Для определения тематики обучающиеся выбирают инновационный продукт (услугу)/технологии и далее по согласованию с преподавателем формируют тему по следующему шаблону: Маркетинг «название инновационного продукта» на рынке (указать сегмент рынка).

Пример темы курсовой работы: "Маркетинг мебели из эпоксидной смолы как инновационного продукта ООО «Балтика Мебель» на российском рынке мебели".

Общие требования к структуре курсовой работы:

Обязательными структурными элементами курсовой работы являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть, состоящая из нескольких разделов;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Все структурные элементы, а также разделы основной части начинаются с новой страницы.

Общие требования к оформлению курсовой работы:

Текст работы должен быть кратким, четким и не допускать различных толкований. В работе используется повествовательная форма изложения текста, например, «указывают», «применяют» и т.п.

В тексте документа не допускается (за исключением ситуаций, явно следующих из темы и логики работы):

- применять обороты разговорной речи, техницизмы, профессионализмы;
- применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу, а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов на русском языке;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующих государственным стандартам, а также сокращений, принятых в работе.

Описание процедуры защиты.

Оценка курсовой работы «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», или «неудовлетворительно» определяется по результатам защиты.

Общими критериями оценки работы являются:

- актуальность темы курсовой работы, соответствие содержания теме, полнота ее раскрытия;
- уровень осмысления теоретических вопросов и обобщения собранного материала, обоснованность и четкость сформулированных выводов;

- четкость структуры работы и логичность изложения материала, методологическая обоснованность исследования;
- комплексность методов исследования, применение современных технологий (в том числе информационных), их адекватность задачам исследования или разработки;
- владение научным стилем изложения, профессиональной терминологией, орфографическая и пунктуационная грамотность;
- обоснованность и ценность полученных результатов исследования (разработки) и выводов, возможность их применения в профессиональной деятельности ;
- соответствие формы представления всем требованиям, предъявляемым к оформлению курсового проекта (работы);
- глубина и точность ответов на вопросы при устной защите курсовой работы.

Для защиты курсовой работы обучающийся готовит презентацию на 10-15 слайдов, содержащую актуальность, цели и задачи исследования; основные полученные результаты по разделам работы; выводы.

В ходе процедуры защиты обучающийся:

- демонстрирует презентацию, выступая с кратким докладом, поясняющим основную суть информации на слайдах;
- отвечает на вопросы преподавателя по представляемому материалу курсовой работы.

### **Дифференцированный зачет**

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.

Итоговый контроль по дисциплине проходит в форме зачета. Допуск к зачету оформляется при условии полного выполнения всех мероприятий, предусмотренных графиком контрольных мероприятий.

Зачет включает в себя ответ на теоретические вопросы.

Оценка «зачтено» выставляется:

- при развернутых и точных ответах на 2 теоретических вопроса и дополнительные вопросы преподавателя;
- при точном и полном ответе на 1 теоретический вопрос с допущением ошибок и неточностей при ответе на 2 теоретических вопроса.

Оценка «не зачтено» выставляется при неправильных ответах на теоретические вопросы.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.5	
4	8	Раздел 1. Маркетинг инноваций: сущность и функции.	22	7	2	5	15	25	Вопросы к зачету, Задания для самостоятельной работы
4	8	Раздел 2. Инновационная экосистема.	24	8	3	5	16	25	Вопросы к зачету, Задания для самостоятельной работы, Курсовая работа
4	8	Раздел 3. Характеристика рынка инноваций.	30	12	4	8	18	25	Вопросы к зачету, Задания для самостоятельной работы, Курсовая работа
4	8	Раздел 4. Маркетинговые исследования на рынке инноваций.	32	12	4	8	20	25	Вопросы к зачету, Задания для самостоятельной работы, Курсовая работа
Всего за 8 семестр			108	39	13	26	69	100	
Всего по дисциплине			108	39	13	26	69	100	