

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления, экономики и финансов  
Центр бакалавриата Менеджмент



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по образовательной деятельности КФУ  
\_\_\_\_\_ Турилова Е.А.  
"\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**  
Инновационный маркетинг и продвижение

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент  
Профиль подготовки: Маркетинг  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Каленская Н.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Natalya.Kalenskaya@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-5	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации
ПК-8	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с учетом отраслевой специфики

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать:

- определяет трактовки продуктовых и технологических инноваций
- называет классификацию продуктовых и технологических инноваций

Знать:

- соотносит направления анализа рынка продуктовых и технологических инноваций
- указывает методику анализа рынка продуктовых и технологических инноваций

Должен уметь:

- адаптирует порядковые инновации к программе внедрения продуктовых и технологических инноваций
- анализирует организационные изменения с учетом специфики проекта разработки продуктовых и технологических инноваций

Должен владеть:

- оценкой эффективности нового продукта
  - оценкой эффективности нового продукта и разрабатывать тактику продвижения нового продукта на рынок
  - навыками анализа инновационной программы продвижения
  - навыками разработки маркетинговых программ продвижения с учетом специфики рынка
- оценкой эффективности программы инновационного продвижения.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.05.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 80 часа(ов), в том числе лекции - 40 часа(ов), практические занятия - 40 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 64 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 8 семестре.

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Инновационный маркетинг и продвижение: тенденции и закономерности формирования и развития	8	8	0	8	0	0	0	12
2.	Тема 2. Рынок маркетинговых услуг: механизм формирования, особенности, регулирование	8	8	0	8	0	0	0	12
3.	Тема 3. Методы инновационного маркетинга	8	8	0	8	0	0	0	12
4.	Тема 4. Разработка и внедрение методов продвижения на основе инновационного маркетинга	8	8	0	8	0	0	0	14
5.	Тема 5. Оценка эффективности продвижения и методов инновационного маркетинга	8	8	0	8	0	0	0	14
	Итого		40	0	40	0	0	0	64

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Инновационный маркетинг и продвижение: тенденции и закономерности формирования и развития**

Определение инновационного маркетинга. Генезис инновационного маркетинга. Область применения инновационного маркетинга. Его специфика формирования и основные причины его практической значимости. Продвижение как базовый элемент маркетинг-микс. Тенденции и закономерности, негативные и позитивные стороны инновационного маркетинга.

**Тема 2. Рынок маркетинговых услуг: механизм формирования, особенности, регулирование**

Рынок маркетинговых услуг. аналитика рынка маркетинговых услуг: тенденции и тренды. Формирование механизма регулирования маркетинговых услуг. основные игроки рынка маркетинговых услуг. Стратегия выхода на рынок. рыночные ниши маркетинговых услуг в области продвижения. Сопоставление и адаптация правил для игроков на рынке маркетинговых услуг.

**Тема 3. Методы инновационного маркетинга**

Инновационный маркетинг: нейромаркетинг, когнитивный и сенсорный маркетинг, интернет-маркетинг, в том числе мобильный, вирусный и партизанский, buzz-и блог-маркетинг и др. (маркетинг взаимоотношений, event маркетинг (событийный маркетинг)).

Концепция инновационного маркетинга на предприятиях различной отраслевой направленности.

#### **Тема 4. Разработка и внедрение методов продвижения на основе инновационного маркетинга**

Маркетинговые исследования рынка, анализ целевого рынка, анализ формирования потребительской ценности. Разработка программы внедрения видов инновационного маркетинга и продвижения. Стоп факторы и ситуационный анализ для внедрения инновационных методов. Инновационный маркетинга и маркетинг инноваций.

#### **Тема 5. Оценка эффективности продвижения и методов инновационного маркетинга**

Анализ эффективности внедрения видов инновационного маркетинга. Анализ кейсов ведущих российских и зарубежных компаний. Анализ бенчмаркинга в области внедрения инновационного маркетинга. Анализ методов продвижения (удачные и провальные примеры).

Методы количественных и качественных оценок эффективности.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемому результату обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Сайт Гильдии маркетологов - <https://www.marketologi.ru>

ЭОР "Креативный бренд-менеджмент" - <https://edu.kpfu.ru/course/view.php?id=2819>

ЭОР "Стратегический маркетинг" - <https://edu.kpfu.ru/course/view.php?id=2619>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекции относятся к аудиторным занятиям, которые обучающийся должен посещать обязательно, в случае неявки на лекции обучающийся должен заранее предупредить старосту группы или преподавателя (наличие объяснительного документа обязательно). На лекции преподаватель дает материал, который является базовым для освоения данного курса.
практические занятия	Практические занятия относятся к аудиторным занятиям, посещение обязательно, в случае неявки на лекции обучающийся должен заранее предупредить старосту группы или преподавателя (наличие объяснительного документа обязательно). Во время практических занятий происходит закрепление теоретического материала на анализе практических примеров, а также защите индивидуальных заданий обучающихся.
самостоятельная работа	СР обучающегося не относится к аудиторным занятиям. СР обучающийся выполняет либо самостоятельно-единолично, либо в составе группы сформированной во время аудиторных занятий. Задания СР должны быть представлены в рамках графика сдачи работ преподавателю. Во время аудиторных занятий обучающийся может обсудить с преподавателем результаты выполнения работ в рамках СР.
экзамен	Список вопросов на экзамен преподаватель раздает обучающимся на первом практическом занятии. Экзамен является промежуточной аттестацией обучающегося. Во время экзамена обучающийся берет билет и письменно или устно его отвечает. Во время экзамена обучающийся сам определяет нужно ему время на подготовку или он(а) сразу может приступить к ответу.

### 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

### 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Маркетинг".



Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.05.02 Инновационный маркетинг и продвижение

### Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

#### Основная литература:

1. Киреев, В. С. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - Москва :КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/767187>
2. Перекалина, Н. С. Продуктовые и процессные инновации в маркетинге: Монография / Н.С. Перекалина, С.П. Казаков, И.В. Рожков. - Москва : ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 250 с. (Наука и практика). ISBN 978-5-369-01212-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/408880>
3. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 237 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-103497-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937476>

#### Дополнительная литература:

1. Прогресс и инновации: анализ системной взаимообусловленности: Монография / Ю.В. Вертакова, Е.А. Алпева, И.Ф. Рябцева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 137 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Экономика). (обложка) ISBN 978-5-16-006806-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/408680>
2. Бизнес в России: инновации и модернизационный проект: Монография/Полетаев В. Э. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 624 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-16-009771-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/456337>
3. Как создавать инновации / Ч. Пратер, Л. Гандри. - М.: СОЛОН-Пр., 2012. - 96 с.: ISBN 978-5-91359-107-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872109>



*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.05.02 Инновационный маркетинг и продвижение*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.