

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

<b>Перечень сведений о рабочей программе дисциплины</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> Экономическая безопасность	<b>Код ОП 38.05.01/01.02</b>
<b>Направление подготовки</b> Экономическая безопасность	<b>Код направления и уровня подготовки</b> <b>38.05.01</b>
<b>Уровень подготовки</b> Специалитет	
<b>ФГОС ВО</b>	<b>Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: от 16.01.2017 г. № 20</b>

Екатеринбург, 2017

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Кафедра</b>	<b>Подпись</b>
1	Пермякова Александра Михайловна	К.э.н., доцент	Доцент	Региональной экономики, инновационного предпринимательст ва и безопасности	

**Рекомендовано учебно-методическим советом института государственного управления и предпринимательства**

Председатель учебно-методического совета  
Протокол № 6 от 22 февраля 2017 г.

А.А.Яшин

**Согласовано:**

Дирекция образовательных программ

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

## **1.1. Аннотация содержания дисциплины**

В курсе ставится задача формирования/развития у слушателей определенного понятийного аппарата, а также ряда профессиональных умений и навыков, связанных с управлением коммерциализацией результатов НИОКР и технологий. Особенностью курса является то, что слушатели получают систематизированное представление об основных стратегиях и сценариях коммерциализации результатов НИОКР и технологий, об этапах инновационного цикла и о значимости прав на результаты интеллектуальной деятельности как основы формирования активов компаний. Кроме того, они получают систематизированное представление о принципах и порядке выявления и идентификации результатов интеллектуальной деятельности из состава научно-технической продукции.

*Обучающие технологии:*

- Проектная работа
- Командная работа
- Обучение на основе опыта
- Имитационные технологии (деловые игры)
- Методы проблемного обучения (дискуссии, поисковые работы, исследования)

## **1.2. Язык реализации программы - русский**

## **1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Результатом обучения в рамках дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

- способность использовать закономерности и методы экономической науки при решении профессиональных задач (ОПК-2);
- способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами (ПК-4);
- способность осуществлять планово-отчетную работу организации, разработку проектных решений, разделов текущих и перспективных планов экономического развития организации, бизнес-планов, смет, учетно-отчетной документации, нормативов затрат и соответствующих предложений по реализации разработанных проектов, планов, программ (ПК-5);
- способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач (ПК-28);
- способность строить стандартные теоретические и эконометрические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты (ПК-30);
- способность на основе статистических данных исследовать социально-экономические процессы в целях прогнозирования возможных угроз экономической безопасности (ПК-31);
- способность проводить анализ и давать оценку возможных экономических рисков, составлять и обосновывать прогнозы динамики развития основных угроз экономической безопасности (ПК-32);
- способность составлять прогнозы динамики основных экономических и социально-экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов (ПК-36);
- способностью принимать оптимальные управленческие решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможностей использования имеющихся ресурсов (ПК-43);
- способностью к логическому мышлению, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, вести полемику и дискуссии (ОК-7);
- способностью применять методы проведения прикладных научных исследований, анализировать и обрабатывать их результаты, обобщать и формулировать выводы по теме исследования (ПК-47);

- способностью проводить специальные исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации (ПК-48);
- способностью готовить отчеты, справки и доклады по результатам выполненных исследований (ПК-49);

В результате освоения дисциплины студент должен:

#### **Знать**

- Правовые нормы предпринимательской деятельности
- Методы разработки бизнес-плана по созданию и развитию новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
- Методы управления предпринимательскими проектами (в т.ч. инновационными) в условиях конкурентной среды

#### **Уметь**

- оценивать влияние правовых норм на предпринимательскую деятельность
- разрабатывать бизнес-план по созданию и развитию новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
- использовать методы управления проектами в предпринимательской (в т.ч. инновационной) деятельности

#### **Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):**

- Навыки оценки влияния правовых норм на предпринимательскую деятельность
- Владение методами разработки бизнес-плана по созданию и развитию новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
- Владение методами управления предпринимательскими проектами (в т.ч. инновационными) в условиях конкурентной среды

### **1.4. Объем дисциплины**

Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	8
1.	Аудиторные занятия	51	51	51
2.	Лекции	17	17	17
3.	Практические занятия	34	34	34
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	53	7,65	53
6.	Промежуточная аттестация	3(4)	0,25	3 (4)
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	58,90	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)	
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	8	
1.	Аудиторные занятия	12	12	12	
2.	Лекции	4	4	4	
3.	Практические занятия	8	8	8	
4.	Лабораторные работы	-	-	-	
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	92	1,80	92	
6.	Промежуточная аттестация	3(4)	0,25	3(4)	
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	14,05	108	
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3	

### Заочная (ускоренная) форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)	
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	4	5
1.	Аудиторные занятия	6	6	2	4
2.	Лекции	2	2	2	
3.	Практические занятия	4	4		4
4.	Лабораторные работы	-	-		
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	62	0,90	34	28
6.	Переаттестация, час (з.е)	36 (1)		36 (1)	
7.	Промежуточная аттестация	3(4)	0,25		3(4)
8.	Общий объем по учебному плану, час.	108	7,15	72	36
9.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		2	1

\*Контактная работа составляет:

в п/п 2,3,4 - количество часов, равное объему соответствующего вида занятий;

в п.5 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на консультации в группе (15% от объема аудиторных занятий) и объема времени, выделенного преподавателю на руководство курсовой работой/проектом одного студента, если она предусмотрена.

в п.6 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на проведение соответствующего вида промежуточной аттестации одного студента и объема времени, выделенного в рамках дисциплины на руководство проектом по модулю (если он предусмотрен) одного студента.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
<b>P1</b>	<b>Управление процессом создания продукта</b>	
<b>P1.T1</b>	Разработка нового продукта, как часть инновационной деятельности	Актуальность разработки новых товаров, как части инновационной деятельности предприятия. Понятие инновации Факторы, обуславливающие необходимость инноваций. Типология инноваций
<b>P1.T2</b>	Факторы успеха в разработке новых продуктов и особенности принятия потребителем	Факторы успешности и причины провала новых продуктов. Хайтек-продукт и особенности инноваций на высокотехнологичных рынках. Концепция целостного продукта. Этапы и факторы принятия товара потребителями
<b>P1.T3</b>	Система управления и организационные факторы создания продукта	Система управления процессом разработки нового продукта. Организационные формы процесса разработки новых продуктов. Организационные структуры процесса разработки нового продукта
<b>P1.T4</b>	Стратегические вопросы разработки новых продуктов.	Роль стратегического менеджмента в разработке новых товаров. Основные стратегии разработки новых продуктов Стратегический ситуационный анализ в разработке нового продукта
<b>P2</b>	<b>Процесс разработки нового продукта</b>	
<b>P2.T1</b>	Генерация и отбор идей нового продукта	Основные этапы и уровни процесса разработки новых продуктов. Источники идей новых продуктов. Методы генерации идей новых продуктов. Методы оценки и отбора идей новых продуктов
<b>P2.T2</b>	Разработка концепции продукта и ее проверка	Основные этапы формирования концепции товара. Виды концепций и позиционирование концепций. Тестируемые характеристики концепции. Методы тестирования концепции
<b>P2.T3</b>	Анализ и планирование нового продукта	Временные показатели разработки продукта. Экономические показатели разработки продукта. Показатели риска при разработке продукта. Рыночные показатели разработки продукта. Планы по основным направлениям разработки продукта (план продукт/рынок, маркетинговый план, производственный план, финансовый план).
<b>P2.T4</b>	Проектирование и разработка продукта	Метод развертывания функций качества. «Голос покупателя» и «голос инженера». Составляющие качества продукта
<b>P2.T5</b>	Тестирование нового продукта	Определение объемов тестирования. Виды тестирования использования продукта. Параметры тестирования использования продукта. Методы и показатели рыночного тестирования продукта
<b>P2.T6</b>	Пре-коммерциализация и запуск продукта	Пре-коммерциализация продукта. Запуска продукта. Анализ и контроль запуска продукта.
<b>P3</b>	<b>Продвижение нового продукта</b>	
<b>P3.T1</b>	Формирование каналов товародвижения и	Выбор конфигурации канала сбыта нового продукта: анализ факторов. Стратегия охвата рынка при

<b>Код раздела, темы</b>	<b>Раздел, тема дисциплины*</b>	<b>Содержание</b>
	логистики нового продукта.	дистрибуции нового продукта. Основные каналы дистрибуции нового продукта. Логистика и запасы нового продукта.
<b>Р3.Т2</b>	Создание системы маркетинговых коммуникаций для продвижения нового товара.	Сущность и природа маркетинговых коммуникаций. Специфика маркетинговых коммуникаций в продвижении нового продукта на рынок.
<b>Р3.Т3</b>	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	Сущность рекламы, ее разновидности и основные характеристики. Процесс разработки рекламной кампании. Эффективность рекламной кампании и ее оценка. Психологические аспекты рекламной кампании.
<b>Р3.Т4</b>	Паблик рилейшнз как средство маркетинговых коммуникаций.	Сущность паблик рилейшнз и эволюция. Цели, задачи и функции паблик рилейшнз. Процесс паблик рилейшнз, основные направления и инструментарий.
<b>Р3.Т5</b>	Стимулирование сбыта как один из методов маркетинговых коммуникаций.	Основные отличия стимулирования сбыта от других методов маркетинговых коммуникаций. Сущности и методика проведения акций по стимулированию продаж.
<b>Р3.Т6</b>	Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.	Особенности личных продаж. Специфика личных продаж. Примеры эффективных личных продаж.
<b>Р3.Т7</b>	Концепция «хайтек-маркетинга» для продвижения на рынок инновационных продуктов.	Определение «хайтек-маркетинга». Структура «хайтек-рынка». Особенности покупательной восприимчивости инновационных продуктов.
<b>Р3.Т8</b>	Партизанский (малобюджетный) маркетинг эффективный метод продвижения товаров малого бизнеса	Раскрытие основных направлений малобюджетного маркетинга. Преимущества малобюджетного маркетинга для малого бизнеса. Примеры успешных маркетинговых компаний малого бизнеса.

### **3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ**

#### **3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины**







#### 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 4.1. Лабораторные работы

не предусмотрено

##### 4.2. Практические занятия

Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1.T1	1	Система управления и организационные факторы создания продукта	4
P1.T2	2	Стратегические вопросы разработки новых продуктов	6
P2.T1	3	Разработка концепции продукта и ее проверка	6
P2.T2	4	Проектирование и разработка продукта	6
P3.T1	5	Формирование каналов товародвижения и логистики нового продукта	6
P3.T2	6	Концепция «хайтек-маркетинга» для продвижения на рынок инновационных продуктов	6

**Всего:** 34

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1.T2	1	Стратегические вопросы разработки новых продуктов	2
P2.T1	2	Разработка концепции продукта и ее проверка	2
P2.T2	3	Проектирование и разработка продукта	2
P3.T1	4	Формирование каналов товародвижения и логистики нового продукта	2

**Всего:** 6

Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2.T2	1	Проектирование и разработка продукта	2
P3.T1	2	Формирование каналов товародвижения и логистики нового продукта	2

**Всего:** 4

##### 4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

### **4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ**

#### *Домашняя работа 1*

Студентам предлагается подготовить и сделать доклад (в виде презентации) по выбранной теме. Рекомендуемое количество слайдов – 10-15. Объем работы задается временем, отводимым на презентацию – 3-5 минут.

1. Типология инноваций (на конкретных примерах)
2. Проведение стратегического ситуационного анализа для разработки нового продукта (на примере конкретного предприятия)
3. Разработка идей нового продукта с применением различных методов
4. Расчет основных показателей анализа и планирования нового продукта
5. Использование метода «Дом качества» для проектирования продукта
6. Разработка форм и методов тестирования продукта (на основе конкретного продукта)
7. Определение оптимальных каналов дистрибуции нового продукта (на основе конкретного продукта)
8. Анализ маркетинговых коммуникаций.
9. Психологические аспекты рекламы.
10. Анализ рекламных сообщений. Сравнение ведущих рекламных акций.
11. Особенности сегмента рекламных кампаний.
12. Концепция паблик релейшинз. Специфика продвижения инновационных продуктов.
13. Стимулирование сбыта инновационной продукции.
14. Личные продажи в концепции маркетинговых коммуникаций.
15. «Хайтек-маркетинг» инновационных товаров.
16. Примеры успешного партизанского маркетинга для малого бизнеса.

#### *Домашняя работа 2*

Домашняя работа состоит в разработке инновационной предпринимательской идеи. Студентам предлагается сформулировать предпринимательскую идею и подробно описать саму идею и порядок ее реализации (без экономических расчетов). Порядок описания рекомендуется следующий:

1. Анализ рынка
2. Предпринимательская идея, описание продукции (работ, услуг)
3. Описание предприятия: организационно-правовая форма, уставный капитал, порядок создания, основные первоначальные вложения (например, помещение, станки, оборудование и т.д.)
4. План маркетинга (включая SWOT-анализ предприятия, план сбыта)
5. Трудовые ресурсы

Оформление работы проводится в соответствии с Требованиями, размещенными на сайте ИГУП6 Режим доступа: [http://igup.urfu.ru/docs/mr\\_oformlenie.pdf](http://igup.urfu.ru/docs/mr_oformlenie.pdf)

### **4.3.2. Примерный перечень тем графических работ**

не предусмотрено

### **4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)**

не предусмотрено

### **4.3.4. Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов**

не предусмотрено

### **4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)**

не предусмотрено

### **4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ**

не предусмотрено

**4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)**

не предусмотрено

**4.3.8. Примерная тематика контрольных работ**

не предусмотрено

**4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов**

не предусмотрено

**5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ**

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1	*			*	*							
P2	*			*	*							
P3				*	*							

**6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)**

**7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)**

**8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)**

**9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**9.1.Рекомендуемая литература**

**9.1.1.Основная литература**

1. Инновационный менеджмент: учебник для магистров, обучающихся по направлению «Менеджмент» / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 391 с. – (Серия «Magister»).  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119436>

2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=279742&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=279742&sr=1)
3. Кузнецов Б.Т. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Б.Т. Кузнецов, А.Б. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 364 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115012>
4. Паникарова С. В. Управление знаниями и интеллектуальным капиталом : учебное пособие / С. В. Паникарова, М. В. Власов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2015. — 140 с.
5. Управление инновациями: учебник для бакалавров / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2012. – 711 с. – Серия: Бакалавр. <URL:[http://study.urfu.ru/view/Aid\\_view.aspx?AidId=1101041](http://study.urfu.ru/view/Aid_view.aspx?AidId=1101041)>.

### 9.1.2.Дополнительная литература

1. Управление малым бизнесом на основе инноваций: практикум : [учеб.-метод. пособие] / сост. А.В. Гребенкин, А.М. Пермякова, А.В. Иванова; под. общ. ред. А.В.Гребенкина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. – 48 с.
2. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учеб. Пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 295 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115316>
3. Шкурко В.Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программам бакалавриата, магистратуры и специалитета по направлениям подготовки 38.03.02, 38.04.02 "Менеджмент", 38.03.04, 38.04.04 "Государственное и муниципальное управление", 38.03.06, 38.04.06 "Торговое дело", 43.03.01 "Сервис", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 27.03.05, 27.04.05 "Инноватика", 27.04.01 "Стандартизация и метрология", 28.04.01 "Нанотехнология и микросистемная техника", 38.05.01 "Экономическая безопасность"] / В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина; [науч. ред. А. В. Гребенкин]; М-во образования и науки РФ, Урал. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т государственного управления и предпринимательства]. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2016. -168 с.

### 9.2.Методические разработки

Не используется

### 9.3.Программное обеспечение

Microsoft Office

### 9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. [www.hetecon.org](http://www.hetecon.org) (официальный сайт Международной ассоциации гетеродоксальной экономики)
2. [www.isnie.org](http://www.isnie.org) (официальный сайт Международной организации новой институциональной экономики)
3. [www.e-library.ru](http://www.e-library.ru) (электронная библиотека)
4. Пакеты прикладных профессиональных программ (ПППП)
5. Консультант-Плюс. Справочно-информационная система.
6. Электронные информационные ресурсы Российской государственной библиотеки ([www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)) и библиотеки ЦКО УрФУ ([www.usu.ru](http://www.usu.ru)).

7. Зональная научная библиотека УрФУ lib.urfu.ru

#### **9.5.Электронные образовательные ресурсы**

Не используется

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

#### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием**

Для проведения занятий по дисциплине «Управление инновационными процессами» требуется аудитория, оборудованная мультимедийным проектором, компьютером и экраном

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**  
**к рабочей программе дисциплины**

**6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины –**

**6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,5</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
Посещение лекций	8 семестр, 1-17	40
Домашняя работа 1	8 семестр, 1-17	60
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,5</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,5</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
Работа на практических занятиях	8 семестр, 1-17	20
Домашняя работа 2	8 семестр, 1-17	80
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: не предусмотрены</b>		

**6.3. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта**  
**Не предусмотрено**

**6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины**

<b>Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина</b>	<b>Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре</b>
Семестр 8	1

## **7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС**

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

<b>Компоненты компетенций</b>	<b>Признаки уровня освоения компонентов компетенций</b>		
	<b>пороговый</b>	<b>повышенный</b>	<b>высокий</b>
<b>Знания</b>	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
<b>Умения</b>	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
<b>Личностные качества</b>	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

## **8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

НТК не проводится

## **8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий**  
не предусмотрено

**8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий**  
не предусмотрено

**8.3.3. Примерные контрольные кейсы**  
не предусмотрено

### **8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета**

1. Типология инноваций (на конкретных примерах)
2. Проведение стратегического ситуационного анализа для разработки нового продукта (на примере конкретного предприятия)
3. Разработка идей нового продукта с применением различных методов
4. Расчет основных показателей анализа и планирования нового продукта
5. Использование метода «Дом качества» для проектирования продукта
6. Разработка форм и методов тестирования продукта (на основе конкретного продукта)
7. Определение оптимальных каналов дистрибуции нового продукта (на основе конкретного продукта)
8. Анализ маркетинговых коммуникаций.
9. Психологические аспекты рекламы.
10. Анализ рекламных сообщений. Сравнение ведущих рекламных акций.
11. Особенности сегмента рекламных кампаний.
12. Концепция паблик релейшинз. Специфика продвижения инновационных продуктов.
13. Стимулирование сбыта инновационной продукции.
14. Личные продажи в концепции маркетинговых коммуникаций.
15. «Хайтек-маркетинг» инновационных товаров.
16. Примеры успешного партизанского маркетинга для малого бизнеса.

**8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена**  
не предусмотрено

**8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации**  
не используются

**8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля**  
не используются

**8.3.8. Интернет-тренажеры**  
не используются