

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 04.02.2025 09:53:19
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный университет генетики,
биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой
[подпись] /Колотырин К.П.
«23» *августа* 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
[подпись] /Волошук Л.А.
«23» *августа* 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В АПК
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная

Разработчик: доцент Голубева А.А.

[подпись]
(подпись)

Саратов 2023

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК» является формирование у обучающихся навыков разработки и реализации маркетинговых мероприятий по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг, снижению рисков и повышению эффективности инвестиционной деятельности на основе анализа требований конъюнктуры аграрных рынков и современных достижений науки и техники.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Маркетинг инноваций в АПК» включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами «Маркетинг», «Стратегический маркетинг в АПК», «Маркетинговые исследования». Дисциплина «Маркетинг инноваций в АПК» является базовой для выполнения выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенции, представленных в табл. 1

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/ п	Код компе тенци и	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-8	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг, снижению рисков и повышению	ПК - 8.1. - Организовывает внедрение технологических и продуктовых инноваций	содержание маркетинга инноваций в АПК, виды инновационного маркетинга, методы управления инновациями и	организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций	навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций

		эффективности инвестиционной деятельности на основе анализа требований конъюнктуры аграрных рынков и современных достижений науки и техники				
--	--	--	--	--	--	--

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК»

№ п/п	Тема занятия Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа Количество часов	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Вид	Форма
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8 семестр								
1	Инновационная деятельность в АПК. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность предприятий АПК. Технологические уклады	1	Л	В	2		ТК	УО
2	Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность	1	ПЗ	Т	2		ВК	ПО
3	Основные элементы инновационного процесса в АПК. Инновационный процесс и жизненный цикл инноваций. Жизненный цикл инновационного продукта. Жизненный цикл технологической инновации	2	Л	В	2	6	ТК	УО
4.	Инновационный процесс и жизненный цикл инноваций. Жизненный цикл инновационного продукта. Жизненный цикл технологической инновации	2	ПЗ	Т	2		ТК	УО
5	Модели и управление инновационным процессом. Модели инновационного процесса. Управление инновационным процессом	3	Л	В	2		ТК	УО
6	Модели инновационного процесса. Управление инновационным процессом	3	ПЗ	Т	2	10	ТК	УО
7	Мотивация инновационной деятельности. Мотивация создания и продажи инноваций. Мотивация покупки инноваций	4	Л	В	2		ТК	УО
8	Мотивация создания и продажи инноваций. Мотивация покупки инноваций	4	ПЗ	Т	2		ТК	УО
9	Основные понятия инновационного маркетинга. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности. Комплекс инновационного маркетинга	5	Л	В	2		ТК	УО
10	Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности. Комплекс инновационного маркетинга	5	ПЗ	Т	2		РК	ПО, Т
11	Виды инновационного маркетинга. Стратегический инновационный маркетинг. Тактический инновационный маркетинг.	6	Л	В	2		ТК	УО
12	Стратегический инновационный маркетинг. Тактический инновационный маркетинг.	6	ПЗ	Т	2	10	ТК	УО
13	Маркетинговые исследования в инновационной деятельности. Понятие маркетингового исследования. Сущность, цели, задачи и методы маркетинговых	7	Л	В	2		ТК	УО, Д

	исследований инновационной продукции							
14	Понятие маркетингового исследования. Сущность, цели, задачи и методы маркетинговых исследований инновационной продукции	7	ПЗ	Т	2		ТК	УО
15	Анализ спроса на инновации. Понятие рыночного спроса. Эластичность спроса. Вспомогательные методы анализа спроса	8	Л	В	2		ТК	УО
16	Понятие рыночного спроса. Эластичность спроса. Вспомогательные методы анализа спроса	8	ПЗ	Т	2		ТК	УО
17	Управление маркетингом инноваций. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия. Управление маркетингом инноваций	9	Л	В	2		ТК	УО, Д
18	Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия. Управление маркетингом инноваций	9	ПЗ	Т	2		ТК	УО
19	Маркетинг инноваций на предприятии. Значение маркетинга инноваций на предприятии. Формы финансирования инноваций на предприятии. Стратегии инновационного развития предприятия	10	Л	В	2		ТК	УО
20	Значение маркетинга инноваций на предприятии. Формы финансирования инноваций на предприятии. Стратегии инновационного развития предприятия	10	ПЗ	Т	2		ТК	УО
21	Маркетинг микс-инноваций. Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.	11	Л	В	2		ТК	УО
22	Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.	11	ПЗ	Т	2	13	РК	ПО, Т
23	Международный маркетинг инноваций. Международный маркетинг передачи или обмена технологий. Международное патентование и лицензионная торговля. Международная стратегия инноваций фирмы, выходящей на зарубежный рынок	12	Л	В	2		ТК	УО
24	Международный маркетинг передачи или обмена технологий. Международное патентование и лицензионная торговля. Международная стратегия инноваций фирмы, выходящей на зарубежный рынок	12	ПЗ	МК	2		ТК	УО, Д
25	Стратегический маркетинг инноваций. Стратегический маркетинг в инновационной сфере. Регулярный и санационный стратегический маркетинг. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку	13	Л	В	2		ТК	УО
26	Стратегический маркетинг в инновационной сфере. Регулярный и санационный стратегический маркетинг. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку	13	ПЗ	МК	2	13	ТК	УО

27	Тактический маркетинг инноваций. Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие. Анкетирование потребителей и разработка карты преимуществ для нового товара	14	Л	В	2		ТК	УО
28	Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие. Анкетирование потребителей и разработка карты преимуществ для нового товара	14	ПЗ	Т	2	13	ТК	УО
29	Хайтек-маркетинг и «подрывные инновации». Хайтек-продукция и рынок инноваций. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов - новых технологий и ценообразование на хайтек-продукцию. «Подрывные» инновации как технологические нововведения. Принципы «подрывных» инноваций	15	Л	В	2		ТК	УО
29	Хайтек-продукция и рынок инноваций. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов - новых технологий и ценообразование на хайтек-продукцию. «Подрывные» инновации как технологические нововведения. Принципы «подрывных» инноваций	15	ПЗ	МК	2	13	ТК	ПО
30	Выбор приоритетных направлений инновационной деятельности. Поиск и выбор идеи инновационного проекта. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок	16	Л	В	2		ТК	УО
30	Поиск и выбор идеи инновационного проекта. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок	16	ПЗ	Т	2		ТК	УО, Д
31	Оценка эффективности инноваций. Принципы оценки эффективности инновационной деятельности. Показатели оценки эффективности инновационной деятельности	17	Л	В	2		ТК	УО
32	Принципы оценки эффективности инновационной деятельности. Показатели оценки эффективности инновационной деятельности	17	ПЗ	Т	2	13	РК	ПО, Т
33	Анализ поведения потребителей инновационной продукции. Типология потребителей инновационной продукции	18	Л	В	2		ТК	УО
34	Типология потребителей инновационной продукции	18	ПЗ	Т	2	16,9	ТК	УО
35	Выходной контроль				0,1		Вых.к	3.
Итого:					72,1	107,9		

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л - лекция, ПЗ - практическое занятие.

Формы проведения занятий: В - лекция-визуализация, Т - лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, МК - метод кейсов и др.

Виды контроля: ВК - входной контроль, ТК - текущий контроль, РК - рубежный контроль, ВыхК - выходной контроль.

Форма контроля: УО - устный опрос, ПО - письменный опрос, Д - доклад, Т - тестирование, З - зачет.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06. Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков использования современных методов и методик управления бизнес-процессами, способствующих выходу предприятия из кризиса, их ускоренной адаптации к изменяющейся внешней среде.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы - решение задач, тестовых заданий и т.п., так и интерактивные методы - решение кейсов.

Решение задач позволяет обучиться формировать у обучающихся определенные виды деятельности, связанные с применением знаний в конкретных ситуациях; систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся; проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

В процессе решения задач обучающийся сталкивается с ситуацией вызова и достижения, данный методический прием способствует в определенной мере повышению у обучающихся мотивации как непосредственно к учебе, так и к деятельности вообще.

Метод кейса в наибольшей степени соответствует задачам высшего образования. Он более чем другие методы, способствует развитию у обучающихся изобретательности, умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации.

Метод кейса при анализе конкретной ситуации развивает способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода кейса у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение

2).

Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы выходного контроля (зачета).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека Вавиловского университета)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1.	Стратегический маркетинг: учебное пособие - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2169466	Т. Г. Виноградова, Д. Я. Магомедмирзоева, М. С. Проскуряков	Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2023.	Все разделы
2.	Маркетинг: учебно-методическое пособие — URL: https://e.lanbook.com/book/387719	Т. Г. Родионова, О. И. Барина.	Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2023.	Все разделы
3.	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие URL: https://znanium.com/catalog/product/1242303	Латышева Л.С.	Москва: Дашков и К, 2021.	1-16
4.	Маркетинг : учебное пособие : URL: https://znanium.com/catalog/product/1091153	Резник Г. А	Москва : ИНФРА-М,	4-16
5.	Инвестиции и инновации : учебник.: URL: https://znanium.com/catalog/product/1162596	Щербаков В. Н.	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашкови К°», 2020.	5-18
6.	Экономика маркетинговой и рекламной деятельности: URL: https://znanium.com/catalog/product/1162596	Щепакин М. Б.	Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2021.	1-7

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
-------	---	----------	----------------------------------	--

1	Инновационный менеджмент: учебник https://znanium.com/catalog/product/1247039	Горфинкель, В. Я.	Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021.	2-7
2	Экономика инноваций: Учебник https://znanium.com/catalog/product/1002079	Горфинкель, В. Я.	М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2019	8-12

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. официальный сайт университета: <https://www.vavilovsar.ru>
2. Административно-управленческий портал - Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/i002.htm>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - Режим доступа: <http://elibrary.ru>
4. Образовательные ресурсы Интернета. Экономика. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/edu/econom5.htm>

г) периодические издания

1. Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента» - Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=51090>
2. Журнал «Лидерство и менеджмент» - Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=53431>
3. Журнал «Экономика и современный менеджмент: теория и практика» Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=37918>

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть.

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Научная библиотека университета <https://www.vavilovsar.ru/biblioteka>

Базы данных содержат сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд библиотеки. Более 1400 полнотекстовых документов (учебники, учебные пособия и т.п.) (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети

Internet).

2. Электронная библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств (доступ: после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к сети Internet).

3. ЭБС IPR SMART <http://iprbookshop.ru>

ЭБС обеспечивает возможность работы с постоянно пополняемой базой лицензионных изданий (более 40000) по широкому спектру дисциплин – учебные, научные издания и периодика, представленные более 600 федеральными, региональными и вузовскими издательствами, научно-исследовательскими институтами и ведущими авторскими коллективами (доступ: после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к сети Internet).

4. ЭБС Znanium <https://znanium.ru>

Фонд ЭБС Znanium постоянно пополняется электронными версиями изданий, публикуемых Научно-издательским центром ИНФРА-М, коллекциями книг и журналов других российских издательств, а также произведениями отдельных авторов (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети Internet; свободная регистрация).

5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети Internet; свободная регистрация).

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

– персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;

– проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;

– активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• программное обеспечение:

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы
1	2	3	4
1	Все разделы дисциплины	«Р7-Офис» Предоставление неисключительных прав на программное обеспечение «Р7-Офис». Лицензиат – ООО «Солярис Технолоджис», г. Саратов. Договор № ЦЗ-1К-033 от 21.12.2022 г. Срок действия договора: с 01.01.2023 г. Лицензия на 3 года с правом последующего бессрочного использования, для образовательных учреждений.	Вспомогательная
2	Все разделы дисциплины	Kaspersky Endpoint Security (антивирусное программное обеспечение). Лицензиат – ООО «Солярис Технолоджис», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-1047/2022 от 20.12.2022 г. Срок действия договора: 01.01.2023– 31.12.2023 г.	Вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности - частичное затемнение дневного света.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» имеются аудитории №№ 324, 314, 410.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся читальный зал УК №1 библиотеки, аудитории №№ 134а оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Фонд оценочных материалов, сформированный для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении

Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК»

Методические указания по изучению дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК»:

1.Краткий курс лекций.

*Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»
«21» августа 2023 года (протокол № 13).*