

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Институт машиностроения и автомобильного транспорта

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Елкин А.И.

« 31 » августа 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА»

направление подготовки / специальность

27.04.05 «Инноватика»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

Управление инновациями в наукоемких технологиях

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Управление продажами инновационного продукта» является: подготовка выпускников к решению задачи по созданию эффективной цепочки сбыта и реализации инновационного продукта по целевому сегменту.

Задачи: дать обучаемым детальное представление об инструментах и методах, обеспечивающих коммерческую поддержку процессов реализации продуктов инноваций; получение знаний и развитие навыков у студентов по управлению продажами инновационного продукта, развитие творческого и нестандартного подхода к решению коммерческих задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Управление продажами инновационного продукта» Б1.В.ДВ.02.02 изучается в 1-ом семестре подготовки магистров по направлению 27.04.05 Инноватика. Дисциплина относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

Пререквизиты: выпускная квалификационная работа бакалавра

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) дисциплинами и обеспечивающими (последующими) дисциплинами

Наименование обеспечивающих (предыдущих) дисциплин и обеспечивающих (последующих) дисциплин	Разделы данной дисциплины, которые необходимы для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин								
	1 семестр								
	1	2	3	4					
Предшествующие дисциплины									
1 Выпускная квалификационная работа бакалавра									
Последующие дисциплины									
1. Инженерное предпринимательство.	+	+	+						
2. Управление инновационными процессами.	+	+	+						
3. Инфраструктура инновационной деятельности	+	+	+						

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1. Способен выполнять стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне	ПК-1.1. Знает структуру инновационного промышленного предприятия и процессы организации производства, методы моделирования технологий обеспечения качества, методы теории принятия решений в	Знает основные стратегии осуществления коммерческой деятельности	Тестовые вопросы Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание

промышленной организации	условиях неопределённости и риска. ПК-1.2. Умеет применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятности, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического планирования и организации производства. ПК-1.3. Владеет навыками стратегического управления процессами планирования производственных ресурсов и организации производства на уровне промышленной организации.	Умеет планировать базовые стратегии достижения коммерческих целей Владет навыками моделирования сбытовой деятельности фирмы	Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание
--------------------------	--	---	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Раздел 1. Базовые принципы экономической системы.	1	1-	-	4	-	1	8	Рейтинг контроль № 1
2		1	3-	-	4	-	1	8	
3		1	5-6	-	4	-	1	8	
4	Раздел 2. Координация маркетинговых и организационных решений.	1	7-	-	4	-	1	8	Рейтинг контроль № 2
5		1	9-	-	4	-	1	8	
6		1	11	-	4	-	1	8	
7	Раздел 3. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями.	1	13	-	4	-	1	8	Рейтинг контроль № 3
8		1	15	-	4	-	1	8	
9		1	17	-	4	-	1	8	
Всего за 1 семестр.					36			72	Экзамен (36 часов)
Наличие в дисциплине КИ/КР					-	-	-	-	
Итого по дисциплине					36			72	Экзамен (36 часов)

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Раздел 1. Базовые принципы экономической системы.

Практическая работа 1. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития компании.

Содержание: Понятие маркетинговых коммуникаций. Роль интегрированных решений в устойчивом развитии.

Практическая работа 2. Рыночные тенденции, определяющие условия обменных процессов или влияющие на качество коммуникативных каналов.

Содержание: Влияние технологического прогресса и процессов глобализации. Изменение потребительского поведения.

Практическая работа 3. Методы и принципы функционирования маркетинговых коммуникаций и обеспечение продаж.

Содержание: Методы и инструментарий организации. маркетинговых коммуникаций и продаж. Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций.

Раздел 2. Координация маркетинговых и организационных решений

Практическая работа 4. Традиционные теории в маркетинге.

Содержание: Теории “4P”, “4C” и позиционирование. Понятия сегментирования и ниши. Уникальное торговое предложение и точки продаж.

Практическая работа 5. Стратегии коммерческой деятельности.

Содержание: Понятие стратегии в маркетинге и менеджменте. Обзор подходов к коммерческим стратегиям. Модели стратегических решений.

Практическая работа 6. Матрица Ансоффа и жизненный цикл товара.

Содержание: Четыре базовые стратегии достижения коммерческих целей. Антикризисные технологии при спаде продаж.

Практическая работа 7. Формула активизации продаж.

Содержание: Первый уровень формулы. Фиксация. Второй уровень формулы. Воздействие. Третий уровень формулы. Реализация.

Раздел 3. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями

Практическая работа 8. Особенности розничных каналов сбыта.

Содержание: Правовое поле торговых операций в рознице. Принципы классификации розничных каналов сбыта. Форматы магазинов. Особенности розничных торговых точек. Концепции торговых точек. Дистанционные и прямые продажи. Точки продаж в местах активных коммуникаций и общие тенденции в рознице.

Практическая работа 9. Методы мерчандайзинга.

Содержание: Мерчандайзинг торговой точки. Мерчандайзинг торговой марки. Продвижение торговых точек.

Практическая работа 10. Трейд-маркетинг и инструменты стимулирования продаж.

Содержание: Элементы трейд-маркетинга. Модели продаж push & pull. Традиционное стимулирование потребителей. Стимулирование торговли. Стимулирование собственных продаж фирмы.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Вопросы для проведения рейтинг-контроля №1

- 1.Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития компании.
- 2.Понятие маркетинговых коммуникаций.
- 3.Роль интегрированных решений в устойчивом развитии.
- 4.Рыночные тенденции, определяющие условия обменных процессов или влияющие на качество коммуникативных каналов.
- 5.Влияние технологического прогресса и процессов глобализации.
- 6.Изменение потребительского поведения.
- 7.Методы и принципы функционирования маркетинговых коммуникаций и обеспечение продаж.
- 8.Методы и инструментарий организации. маркетинговых коммуникаций и продаж.
- 9.Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций.
- 10.Место сбытовой деятельности в бизнес модели фирмы.
- 11.Планирование и реализация сбытовой деятельности фирмы.
- 12.Моделирование сбытовой деятельности фирмы.
- 13.Ценообразование и методы оценки интеллектуальной собственности.
- 14.Методологические подходы и методы определения убытков при нарушении прав правообладателей.
- 15.Сущность, классификация и структура лицензионных договоров.

Вопросы для проведения рейтинг-контроля №2

- 1.Традиционные теории в маркетинге.
- 2.Теории “4Р”, “4С” и позиционирование. Понятия сегментирования и нишинга.
- 3.Уникальное торговое предложение и точки продаж.
- 4.Стратегии коммерческой деятельности.
- 5.Понятие стратегии в маркетинге и менеджменте.
- 6.Обзор подходов к коммерческим стратегиям. Модели стратегических решений.
- 7.Матрица Ансоффа и жизненный цикл товара.
- 8.Четыре базовые стратегии достижения коммерческих целей.
- 9.Антикризисные технологии при спаде продаж.
- 10.Формула активизации продаж.
- 11.Первый уровень формулы. Фиксация.
- 12.Второй уровень формулы. Воздействие.
- 13.Третий уровень формулы. Реализация.
- 14.Исследование рынка и позиционирование к конкурентной борьбе.
- 15.Организации отдела продаж на фирме.
- 16.Характеристики и технологии розничной торговли.

Вопросы для проведения рейтинг-контроля №3

- 1.Особенности розничных каналов сбыта.
- 2.Правовое поле торговых операций в рознице.
- 3.Принципы классификации розничных каналов сбыта. Форматы магазинов.
- 4.Особенности розничных торговых точек. Концепции торговых точек.
- 5.Дистанционные и прямые продажи.
- 6.Точки продаж в местах активных коммуникаций и общие тенденции в рознице.
- 7.Методы мерчандайзинга.
- 8.Мерчандайзинг торговой точки.
- 9.Мерчандайзинг торговой марки. Продвижение торговых точек.
- 10.Трейд-маркетинг и инструменты стимулирования продаж.

11. Интеллектуальная собственность в мировой инновационной экономике.
12. Методологические основы и особенности товарного обмена интеллектуальной собственностью на современном этапе.
13. Современное состояние и тенденции развития мирового рынка лицензий.
14. Становление и развитие российского рынка лицензий.
15. Роль и средства реализации конкурентных преимуществ интеллектуальной собственности на рынках наукоемкой продукции.
16. Особенности маркетинга интеллектуальной собственности.
17. Экономические показатели деятельности фирмы.
18. Рынок интернет продаж.
19. Продвижение товаров и услуг в интернете.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.

Вопросы к экзамену

1. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития компании
2. Понятие маркетинговых коммуникаций.
3. Роль интегрированных решений в устойчивом развитии.
4. Рыночные тенденции, определяющие условия обменных процессов или влияющие на качество коммуникативных каналов.
5. Влияние технологического прогресса и процессов глобализации.
6. Изменение потребительского поведения.
7. Методы и принципы функционирования маркетинговых коммуникаций и обеспечение продаж.
8. Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж.
9. Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций.
10. Традиционные теории в маркетинге.
11. Теории "4Р", "4С" и позиционирование. Понятия сегментирования и нишинга.
12. Уникальное торговое предложение и точки продаж.
13. Стратегии коммерческой деятельности.
14. Понятие стратегии в маркетинге и менеджменте.
15. Обзор подходов к коммерческим стратегиям. Модели стратегических решений.
16. Матрица Ансоффа и жизненный цикл товара.
17. Четыре базовые стратегии достижения коммерческих целей.
18. Антикризисные технологии при спаде продаж.
19. Формула активизации продаж.
20. Первый уровень формулы. Фиксация.
21. Второй уровень формулы. Воздействие.
22. Третий уровень формулы. Реализация.
23. Особенности розничных каналов сбыта.
24. Правовое поле торговых операций в рознице.
25. Принципы классификации розничных каналов сбыта. Форматы магазинов.
26. Особенности розничных торговых точек. Концепции торговых точек.
27. Дистанционные и прямые продажи.
28. Точки продаж в местах активных коммуникаций и общие тенденции в рознице.
29. Методы мерчандайзинга.
30. Мерчандайзинг торговой точки.
31. Мерчандайзинг торговой марки. Продвижение торговых точек.
32. Трейд-маркетинг и инструменты стимулирования продаж.
33. Интеллектуальная собственность в мировой инновационной экономике.

- 34.Методологические основы и особенности товарного обмена интеллектуальной собственностью на современном этапе.
- 35.Современное состояние и тенденции развития мирового рынка лицензий.
- 36.Становление и развитие российского рынка лицензий.
- 37.Роль и средства реализации конкурентных преимуществ интеллектуальной собственности на рынках наукоемкой продукции.
- 38.Особенности маркетинга интеллектуальной собственности.
- 39.Ценообразование и методы оценки интеллектуальной собственности.
- 40.Методологические подходы и методы определения убытков при нарушении прав правообладателей.
- 41.Сущность, классификация и структура лицензионных договоров.
- 42.Место сбытовой деятельности в бизнес модели фирмы.
- 43.Планирование и реализация сбытовой деятельности фирмы.
- 44.Моделирование сбытовой деятельности фирмы.
- 45.Исследование рынка и позиционирование к конкурентной борьбе.
- 46.Организации отдела продаж на фирме.
- 47.Характеристики и технологии розничной торговли.
- 48.Экономические показатели деятельности фирмы.
- 49.Рынок интернет продаж.
- 50.Продвижение товаров и услуг в интернете.

Представленные вопросы так же могут служить основой для составления тестовых экзаменационных заданий. Тесты доступны студентам на сервере Moodle:
<http://www.cs.vlsu.ru:81>

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов			
Проработка теоретического материала. Подготовка к рейтинг-контролю		Выполнение контрольных заданий	
Темы	СР, ч	Задания	СР, ч
Интеллектуальная собственность в мировой инновационной экономике	4	Место сбытовой деятельности в бизнес модели фирмы	4
Методологические основы и особенности товарного обмена интеллектуальной собственностью на современном этапе	4	Планирование и реализация сбытовой деятельности фирмы	4
Современное состояние и тенденции развития мирового рынка лицензий	4	Моделирование сбытовой деятельности фирмы	4
Становление и развитие российского рынка лицензий	4	Исследование рынка и позиционирование к конкурентной борьбе	4
Роль и средства реализации конкурентных преимуществ интеллектуальной собственности на рынках наукоемкой продукции	4	Организации отдела продаж на фирме	4
Особенности маркетинга интеллектуальной собственности	4	Характеристики и технологии розничной торговли	4
Ценообразование и методы оценки интеллектуальной собственности	4	Экономические показатели деятельности фирмы	4
Методологические подходы и методы определения убытков при нарушении прав правообладателей	4	Рынок интернет продаж	4
Сущность, классификация и структура лицензионных договоров	4	Продвижение товаров и услуг в интернете	4

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3
Основная литература*		
1. Голова, А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. - 3-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 278 с. - ISBN 978-5-394-03902-1. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093501 . – Режим доступа: по подписке.	2020	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093501
2. Мухопад, В. И. Коммерциализация интеллектуальной собственности: монография / В. И. Мухопад. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0169-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1014070 . – Режим доступа: по подписке.	2019	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1014070

3. Управление продажами: учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 300 с. - ISBN 978-5-9558-0531-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1019525 . – Режим доступа: по подписке.	2019	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1019525
Дополнительная литература		
1 Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: учебное пособие / Ф. Котлер [и др.]. - 10-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2021. - 211 с. - ISBN 978-5-9614-6745-1. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1838940 . – Режим доступа: по подписке	2021	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1838940
2. Маркетинг для магистров: учебник / Под общей ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com]. - ISBN 978-5-9558-0419-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/937984 . – Режим доступа: по подписке.	2018	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/937984
3. Радиевский, М. В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: учебник / М. В. Радиевский. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 377 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003603-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1072238 . – Режим доступа: по подписке.	2020	Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1072238

6.2. Периодические издания

Журналы:

«Инвестиции в России»

«Инновации»

«Проблемы теории и практики управления»

«Нанотехнологии: Наука и производство»

«Научоёмкие технологии в машиностроении»

«Технология машиностроения»

«Вестник машиностроения»

6.3. Интернет-ресурсы

Название портала	ссылка
Учебно-методический комплекс дисциплины размещен на образовательном сервере ВлГУ. Персональный доступ каждого студента к материалам осуществляется не позднее первой недели изучения дисциплины.	http://www.cs.vlsu.ru:81
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования	http://elibrary.ru/defaultx.asp
Moodle — система управления курсами официальный сайт	https://moodle.org/?lang=ru
Автономная некоммерческая организация «Электронное образование для наноиндустрии»	http://www.edunano.ru
«Единое окно» доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru/
Междисциплинарное обучение	http://www.nano-obr.ru/
«Лекториум», образовательные курсы нового поколения (Massive Open Online Course), подготовленные ведущими вузами России	https://www.lektorium.tv/

специально для онлайн образования	
«Универсариум», межвузовская площадка открытого электронного образования	http://universarium.org/
«OpenEdu», открытое образование, курсы ведущих вузов России	https://openedu.ru/

Учебно-методические издания

1. Новикова Е.А. Методические указания к практическим работам по дисциплине «Управление продажами инновационного продукта» для студентов направления 27.04.05 [Электронный ресурс] / сост.Новикова Е.А.; Влад. гос. ун-т. ТМС - Владимир, 2021. - Доступ из корпоративной сети ВлГУ. - Режим доступа: <http://cs.cdo.vlsu.ru/>
2. Новикова Е.А. Методические рекомендации к выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Управление продажами инновационного продукта» для студентов направления 27.04.05 [Электронный ресурс] / сост.Новикова Е.А.; Влад. гос. ун-т. ТМС - Владимир, 2021. - Доступ из корпоративной сети ВлГУ. - Режим доступа: <http://cs.cdo.vlsu.ru/>
4. Новикова Е.А. Оценочные материалы по дисциплине «Управление продажами инновационного продукта» для студентов направления 27.04.05 [Электронный ресурс] / сост.Новикова Е.А.; Влад. гос. ун-т. ТМС - Владимир, 2021. - Доступ из корпоративной сети ВлГУ. - Режим доступа: <http://cs.cdo.vlsu.ru/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- 1) Портал Центр дистанционного обучения ВлГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://cs.cdo.vlsu.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВлГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: Образовательная программа Образовательная программа 27.04.05 «Инноватика» <http://op.vlsu.ru/index.php?id=4235>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы (указать необходимое)*. Практические работы проводятся в

ауд.118-2, «Учебная аудитория», количество студенческих мест – 20, площадь 35 м ²	мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук, экран).
ауд. 235-2, «Лаборатория жизненного цикла продукции», количество студенческих мест – 15, площадь 52 м ²	компьютерный класс с 15 рабочими станциями Athlon 64 3000+ и Core 2 Quad, с выходом в Internet, на которых установлено лицензионное программное обеспечение, мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук, экран), доступ в Интернет.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС
ВО по направлению 27.04.05 «Инноватика»

Рабочую программу составил с.г.н., доцент каф. ТМС Новикова Е.А.
(ФИО, подпись)

Рецензент:
(представитель работодателя) ООО «Конструкторское бюро технологий
машиностроения», генеральный директор

Дарсалия Р.Г.

(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Технология машиностроения

Протокол № 1 от 31.08.2021 года

Заведующий кафедрой д.т.н., профессор Морозов В.В. _____
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 27.04.05 «Инноватика»

Протокол № 1 от 31.08.2021 года

Председатель комиссии д.т.н., профессор Морозов В.В. _____
(ФИО, подпись)