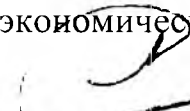


Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
\_\_\_\_\_ А.В. Егоров

«19» 12 2024.

Регистрационный № УД-6340/24/уч.

## **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальности  
7-06-0412-04 «Маркетинг»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0412-04-2023 и учебного плана по специальности 7-06-0412-04 «Маркетинг».

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

В.С. Протасеня, заведующий кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

О.А. Синявская, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Т.Ф. Старовойтова, доцент кафедры управления информационными ресурсами Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент

О.В. Гулина, заместитель декана факультета экономики и менеджмента учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат физико-математических наук, доцент

### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 4 от 14 ноября 2024 г.);

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 2 от 29 ноября 2024 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ \_\_\_\_ \_\_\_\_)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Маркетинг инновационного проекта» направлена на формирование аналитического мышления, умений и навыков работы с разнообразными инструментами маркетинга, применяемыми для обоснования целесообразности в инновационной деятельности реализации проектов в рамках применения маркетингового подхода.

**Цель** преподавания учебной дисциплины – формирование и предоставление комплекса теоретических и практических знаний в сфере маркетинга, применимых для разработки и реализации инновационного маркетингового проекта.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- раскрыть основные понятия и теоретические основы проектного подхода при проектировании инновации;
- ознакомиться с основными подходами и методами оценки эффекта и эффективности инновационного проекта;
- раскрыть содержание основных функций, методов и инструментов маркетинга, применимых в инновационном проектировании;
- научиться управлять денежными потоками, знать их структуру и показатели эффективности;
- научиться оценивать риски инновационных проектов и управлять ими.

В результате изучения учебной дисциплины «Маркетинг инновационного проекта» формируются следующие **компетенции**:

**универсальная:** развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности;

**углубленная профессиональная:** применять методы и инструменты маркетинга применительно к инновационным проектам, генерировать и продвигать новые идеи, применять их для коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины «Маркетинг инновационного проекта» магистрант должен

**знать:**

- принципы, содержание и особенности проектного подхода к управлению инвестициями, его возможности и преимущества при осуществлении инновационной деятельности;
- теоретические и методологические основы маркетингового управления инновационными проектами;
- способы, формы и организацию обеспечения работ по реализации инновационного проекта (финансовое, материально-техническое, информационное и другое обеспечение);

- исходные показатели, необходимую информацию для разработки экономического обоснования целесообразности реализации инновационного проекта;

- методы, возможности и условия минимизации проектных рисков;
- показатели, характеризующие экономический эффект и эффективность реализации проекта;

**уметь:**

- идентифицировать инвестиционную идею и возможности (сектора экономики, предприятия, организации);

- формулировать инновационный замысел и разработать концепцию конкретного проекта, организовать проведение необходимых маркетинговых исследований;

- провести оценку конъюнктуры рынка, жизненного цикла проекта, сделать прогноз влияния факторов внешней и внутренней среды;

- составить и обосновать бизнес-план инновационного проекта и источники его финансирования;

- применять на практике знания, полученные в ходе изучения учебной дисциплины: разрабатывать инновационные проекты, с соответствующими расчетами и обоснованием их экономической целесообразности;

**иметь навык:**

- формирования целей инновационного проектирования;
- получения маркетинговой информации для разработки и реализации бизнес-плана инновационного проекта;

- оценки экономической эффективности инновационного проекта и результатов его реализации с применением проектного подхода;

- автоматизации процесса бизнес-планирования инновационной деятельности с использованием информационных технологий.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине магистрант должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Маркетинг инновационного проекта» относится к модулю «Маркетинг инноваций» государственного компонента.

Связи с другими учебными дисциплинами заключаются в том, что для изучения данной учебной дисциплины необходимо усвоение дисциплин «Маркетинг и общество» и «Интеллектуальный анализ данных в маркетинге». В свою очередь, дисциплина «Маркетинг инновационного проекта» важна для освоения дисциплины «Цифровой маркетинг», написания магистрантами курсовой работы и магистерской диссертации.

Форма получения образования – дневная.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 36 часов, из них лекции 18 часов, практические занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 10 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

2 семестр – лекции 18 часов, практические занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 10 часов.

Самостоятельная работа студента – 72 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Инновационная деятельность экономических субъектов как объект проектирования и маркетинга**

Инновации как продукт и источник развития экономических субъектов. Стратегии предприятия и роль маркетинга. Сравнительная характеристика обычного (традиционного) и инновационного производственных процессов. Виды и элементы инновационной деятельности на предприятии.

Понятие «проект». Определения проекта. Цели проекта и их иерархия. Параметры проекта и их характеристика. Ограничения и ресурсы проекта. Классификация проектов. Сущность инновационного проектирования. Место маркетинга в инновационном проектировании. Отличительные особенности инновационного проекта. Виды инновационных проектов. Понятие «портфель инновационных проектов». Формирование портфеля инновационных проектов. Роль маркетинга. Пространственная иллюстрация процесса разработки инновационного проекта.

### **Тема 2. Жизненный цикл инновационного проекта**

Понятие «жизненный цикл инновационного проекта». Проектный цикл: фазы, стадии и этапы. Фазы жизненного цикла инновационного проекта: прединвестиционная, инвестиционная, постинвестиционная. Стадии инновационного проекта и их характеристика. Характеристика этапов, определяющих содержание стадий и этапов жизненного цикла инновационного проекта. Функции, методы и инструменты маркетинга, реализуемые в разрезе фаз, стадий и этапов жизненного цикла инновационного проекта.

### **Тема 3. Маркетинговая оценка инновационного потенциала проекта**

Определение структуры проекта. Разработка схемы бизнес-процесса, определяющего направленность и содержание деятельности, результатом которой является инновация. Анализ состояния и прогноз технологического и экономического развития базовых и смежных отраслей производств, предприятий и рынков. Разработка техзадания для проведения детального исследования рынка. Технологии целенаправленного поиска инновационных идей. Выбор инновационной идеи для разработки инновационного проекта.

### **Тема 4. Бизнес-план инновационного проекта и его структура**

Понятие «бизнес-план». Определение бизнес-плана. Виды бизнес-планов. Цели, задачи и функции бизнес-плана. Требования международных экономических организаций к разработке бизнес-планов. Законодательные акты и нормативные документы, регулирующие бизнес-планирование в Республике Беларусь. Рекомендуемая примерная структура бизнес-плана. Разделы бизнес-плана инновационного проекта и их основные показатели.

Определение возможностей бизнеса организации. Определение инновационного проекта, его целей, конечного результата, структуры и др. Техничко-

технологические, организационно-экономические и коммерческие характеристики инновационного продукта (процесса). Маркетинговый раздел бизнес-плана: структура и показатели. План производства инновационного продукта. Рассчитываемые показатели и методика их расчета. Организационный план создания инновационного продукта. Диагностика оргструктуры и системы управления производством. Идентификация рисков проекта и механизмы их страхования и нейтрализации. Определение источников финансирования проекта. Финансовый раздел проекта и его показатели.

## **Тема 5. Маркетинговый раздел бизнес-плана инновационного проекта**

Маркетинговая характеристика разрабатываемого инновационного продукта. Оценка особенностей конструкции, технологии производства, дизайна. Сравнение свойств продукта с товарами конкурентов и товарами-заменителями. Лицензирование и сертификация. Описание упаковки и фирменной марки. Подробная характеристика основных и перспективных рынков сбыта разрабатываемого инновационного товара. Обязательный расчет емкости рынков сбыта. Расчет (прогноз) доли предприятия на данных рынках. Методы изучения потребностей целевых потребителей. Оценка факторов, формирующих спрос на разрабатываемый инновационный продукт и реакции рынка на появление инновационного продукта предприятия. Анализ конкуренции на рынках сбыта инновационного продукта. Идентификация всех действующих и потенциальных конкурентов и определение сильных и слабых сторон их деятельности. Определение количества предприятий, выпускающих аналогичную (похожую) продукцию и какую долю рынка они контролируют. Оценка имиджа конкурентов, их оргструктуры, доходов, уровня цен, эффективности рекламы. Оценка уровня конкурентоспособности разрабатываемой инновационной продукции. Оценка преимуществ предприятия, разрабатывающего проект, по сравнению с основными конкурентами в отношении характеристик инновационной продукции, систем применяемых цен и скидок, используемых каналов сбыта, методов продвижения продуктов на рынке.

Разработка плана маркетинга. Определение целей, задач и стратегии маркетинга инновационного проекта. Формирование системы ценообразования и ценовой политики инновационного продукта. Обоснование выбора форм и каналов сбыта инновационного продукта, включая схемы логистического обеспечения поставок. Формирование системы маркетинговых коммуникаций (выстраивание связей с общественностью, выбор результативной рекламы, обоснование результативных методов стимулирования сбыта). Постатейный расчет бюджета маркетинга инновационного проекта. Оценка эффективности маркетинга.

## **Тема 6. Риски инновационного проекта и маркетинговые инструменты их идентификации, локализации и нейтрализации**

Категория «риски» в экономической сфере. Определения риска. Факторы, обуславливающие риски и показатели их измерения. Классификация рисков. Риски, идентифицируемые в инновационной деятельности. Диагностика и минимизация влияния. Собственно инновационные риски, идентифицируемые на стадии инициации проекта. Определение научного, технико-технологического, управленческо-интеллектуального потенциала для выполнения проекта. Экономические риски и критерии их определяющие. Рыночные риски проекта и факторы, их формирующие. Маркетинговые инструменты выявления, измерения и нейтрализации. Финансовые риски. Показатели измерения и механизма страхования и управления.

## **Тема 7. Оценка маркетинговой результативности и эффективности инновационного проекта**

Понятие «маркетинговая результативность и эффективность проекта». Оценка ожидаемого экономического эффекта от реализации проекта. Основные принципы и показатели оценки результативности и эффективности инновационного проекта в целом и маркетинга инновационного проекта в частности. Социальная, экономическая, экологическая и управленческая эффективность инновационного проекта. Влияние маркетинга. Показатели эффекта и эффективности инновационного проекта (чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, индекс рентабельности, срок окупаемости).



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА»**  
**Дневная форма получения углубленного высшего образования**

| Номер<br>раздела,<br>темы | Название раздела, темы                                                                                           | Количество аудиторных часов |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | Литература                        | Формы контроля<br>знаний |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
|                           |                                                                                                                  | лекции                      | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия | лабораторные<br>занятия | Количество часов<br>управляемой<br>самостоятельной<br>работы |                         |                        |                                   |                          |
|                           |                                                                                                                  |                             |                         |                        |                         | лекции                                                       | практические<br>занятия | семинарские<br>занятия |                                   |                          |
| 1                         | 2                                                                                                                | 3                           | 4                       | 5                      | 6                       | 7                                                            | 8                       | 9                      | 11                                | 12                       |
| 2 семестр                 |                                                                                                                  |                             |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        |                                   |                          |
| Тема 1                    | Инновационная деятельность экономических субъектов как объект проектирования и маркетинга                        | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1]-[3], [6], [7], [9], [16]-[18] |                          |
|                           | Практическое занятие «Инновационная деятельность экономических субъектов как объект проектирования и маркетинга» |                             | 2                       |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1], [6], [13], [16]-[18]         | Устный опрос             |
| Тема 2                    | Жизненный цикл инновационного проекта                                                                            | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [4], [5], [10]                    |                          |
|                           | Лабораторное занятие «Анализ этапов жизненного цикла инновационного проекта»                                     |                             |                         |                        | 2                       |                                                              |                         |                        | [4], [5], [10], [13]              | Защита отчета            |
| Тема 3                    | Маркетинговая оценка инновационного потенциала проекта                                                           | 2                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [1], [2], [4], [11], [12], [14]   |                          |
|                           | Лабораторное занятие «Оценка и анализ инновационного потенциала проекта»                                         |                             |                         |                        | 2                       |                                                              |                         |                        | [1], [2], [4], [11], [12], [14]   | Контрольная работа       |
| Тема 4                    | Бизнес-план инновационного проекта и его структура                                                               | 4                           |                         |                        |                         |                                                              |                         |                        | [4], [5], [13], [14]              |                          |
|                           | Практическое занятие «Бизнес-план инновационного проекта и его структура»                                        |                             | 2                       |                        |                         |                                                              |                         |                        | [2], [4], [14]-[18]               | Устный опрос             |

| 1                      | 2                                                                                                                             | 3         | 4        | 5 | 6         | 7 | 8 | 9 | 11                        | 12                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|---|-----------|---|---|---|---------------------------|--------------------|
|                        | Лабораторное занятие «Разработка отдельных разделов бизнес-плана инновационного проекта»                                      |           |          |   | 2         |   |   |   | [2], [4], [14], [15]      | Защита отчета      |
| Тема 5                 | Маркетинговый раздел бизнес-плана инновационного проекта                                                                      | 4         |          |   |           |   |   |   | [2], [4], [9], [14]       |                    |
|                        | Лабораторное занятие «Разработка маркетингового раздела бизнес-плана инновационного проекта»                                  |           |          |   | 2         |   |   |   | [2], [4], [9], [14]       | Контрольная работа |
| Тема 6                 | Риски инновационного проекта и маркетинговые инструменты их идентификации, локализации и нейтрализации                        | 2         |          |   |           |   |   |   | [1]-[4], [10], [11], [12] |                    |
|                        | Практическое занятие «Риски инновационного проекта и маркетинговые инструменты их идентификации, локализации и нейтрализации» |           | 2        |   |           |   |   |   | [1]-[4], [10]-[13]        | Устный опрос       |
|                        | Лабораторное занятие «Оценка рисков инновационного проекта»                                                                   |           |          |   | 2         |   |   |   | [1]-[4], [10]-[13]        | Контрольная работа |
| Тема 7                 | Оценка маркетинговой результативности и эффективности инновационного проекта                                                  | 2         |          |   |           |   |   |   | [5], [8], [11]-[15], [17] |                    |
|                        | Практическое занятие «Оценка маркетинговой результативности и эффективности инновационного проекта»                           |           | 2        |   |           |   |   |   | [5], [8], [11]-[15], [17] | Устный опрос       |
| <b>Итого 2 семестр</b> |                                                                                                                               | <b>18</b> | <b>8</b> |   | <b>10</b> |   |   |   |                           | <b>Зачет</b>       |
| <b>Всего часов</b>     |                                                                                                                               | <b>18</b> | <b>8</b> |   | <b>10</b> |   |   |   |                           |                    |

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. Инновационные технологии в маркетинге : учебник / Н. Н. Никулина, С. В. Березина, А. А. Борочкин [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Никулиной. – М. : Русайнс, 2024. – 426 с. – ISBN 978-5-466-06673-9. – URL: <https://book.ru/book/953785> (дата обращения: 04.12.2024). – Текст : электронный.
2. Протасеня, В. С. Маркетинг инноваций : учеб. пособие / В. С. Протасеня. – Минск : БГЭУ, 2024. – 547 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому : [технологии продвижения в интернете] / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван ; [пер. с англ. М. Хорошиловой]. – М. : Бомбора, 2022. – 219, [1] с.
4. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие [для магистрантов и аспирантов, обучающихся по направлениям подготовки 38.04.02 "Менеджмент" и 38.04.01 "Экономика", и специалистов - маркетологов] / И.И. Скоробогатых [и др.] ; под общ. ред. И.И. Скоробогатых ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, ФГБОУ ВО "Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова" (ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"). – М. : Дашков и К, 2022. – 175 с.
5. Мельников, Н.К. Инновационный менеджмент: кейсы, задачи, тесты / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса БГУ. - Минск: Институт бизнеса БГУ, 2021. – 154 с.

#### Дополнительная:

6. Маркетинг в новой реальности : монография / А. Л. Абаев, О. А. Гвоздик, В. А. Евстафьев [и др.]. ; под науч. ред. В. В. Никишкина. – М. : Русайнс, 2024. – 617 с. – ISBN 978-5-466-07821-3. – URL: <https://book.ru/book/955487> (дата обращения: 04.12.2024). – Текст : электронный.
7. Андросова, И. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / И. В. Андросова, Е. С. Симоненко, А. Ю. Анисимов, Е. П. Грабская. – М. : КноРус, 2025. – 302 с. – ISBN 978-5-406-13685-0. – URL: <https://book.ru/book/955634> (дата обращения: 04.12.2024). – Текст : электронный.
8. Маркетинг: технологии и инструменты повышения конкурентоспособности : монография / Г. Л. Азоев, И. Ю. Александрова, А. Л. Андреева [и др.]. ; под науч. ред. Г. Л. Азоева. – М. : Русайнс, 2024. – 140 с. – ISBN 978-5-466-07862-6. – URL: <https://book.ru/book/955825> (дата обращения: 04.12.2024). – Текст : электронный.
9. Современный маркетинг: экосистемные подходы, цифровизация и перспективы развития : монография / ; под общ. ред. В. В. Никишкина, Коллектив

авторов. – М. : Русайнс, 2023. – 416 с. – ISBN 978-5-466-03978-8. – URL: <https://book.ru/book/950732> (дата обращения: 04.12.2024). – Текст : электронный.

10. Артяков, В. В. Управление инновациями : методологический инструментарий : учебник / В. В. Артяков, А. А. Чурсин. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 204, [1] с.

11. Лысенкова, М. В. Обоснование инвестиционных и инновационных проектов : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности магистратуры "Экономика" / М. В. Лысенкова. – Минск : РИВШ, 2021. – 605 с.

12. Меняев, М.Ф. Цифровое управление инновационными проектами: учебное пособие для вузов. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2020. – 302 с.

13. Глушаков, В. Е. Маркетинг : практикум для слушателей системы переподготовки и повышения квалификации / В. Е. Глушаков, В. С. Протасеня. – 2-е изд., стер. - Минск : БГЭУ, 2024. – 80 с.

14. Управление инновационными проектами в организациях : учебно-методическое пособие / [В.А. Журавлев и др.] ; М-во образования Респ. Беларусь, УО "Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники", Инженерно-экон. фак., Каф. экономики. - Минск : БГУИР, 2016. - 174 с.

15. Енин, Ю. И. Инновационный менеджмент и маркетинг инноваций : курс лекций / Ю. И. Енин, А. А. Пилюттик, Н. А. Подобед. - Минск : Право и экономика, 2017. - 112, [2] с. - (Серия "Высшее образование").

### **Нормативные правовые акты:**

16. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100348> – Дата обращения: 03.12.2024.

17. Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=N11200425> – Дата обращения: 03.12.2024.

18. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. — 2015. — № 4. — С. 6–99.

### Перечень вопросов для проведения зачета

1. Инновации как продукт эволюции экономики.
2. Инновации как источники экономического развития.
3. Инновационная деятельность предприятия и ее состав.
4. Стратегия инновационного развития предприятия. Место маркетинга.
5. Сравнительная характеристика инновационного производственного процесса и традиционного производства.
6. Понятие «проект». Определение проекта. Разграничение понятий «инновационный проект» и «инвестиционный проект».
7. Цели проекта (инновационного) и их иерархия.
8. Параметры проекта и их характеристика.
9. Ограничения и ресурсы проекта.
10. Классификация проектов.
11. Сущность и алгоритм инновационного проектирования.
12. Отличительные особенности инновационного проектирования.
13. Виды инновационных проектов и их характеристика.
14. Портфель инновационных проектов. Назначение и состав.
15. Формирование портфеля инновационных проектов. Роль маркетинга.
16. Проектный цикл: фазы, стадии, этапы.
17. Понятие «жизненный цикл инновационного проекта».
18. Фазы жизненного инновационного проекта.
19. Стадии жизненного цикла инновационного проекта.
20. Этапы жизненного цикла инновационного проекта.
21. Методы и инструменты маркетинга в управлении жизненным циклом инновационного проекта.
22. Определение структуры инновационного проекта.
23. Составление схемы бизнес-процесса, создание инновации.
24. Методы генерации и выбора инновационных идей.
25. Технологии целенаправленного поиска инновационных идей.
26. Проведение детального маркетингового исследования.
27. Понятие «бизнес-план». Определение бизнес-плана.
28. Виды бизнес-планов и их характеристика.
29. Цели, задачи и функции бизнес-плана.
30. Требования международных экономических организаций к разработке бизнес-планов.
31. Законодательные акты и нормативные документы регулирующие инновационное проектирование в РФ.
32. Рекомендуемая примерная структура бизнес-плана.
33. Основные показатели бизнес плана инновационного проекта.
34. Определение возможностей бизнеса организации.
35. Цели инновационного проекта и его структура.
36. Техничко-технологические, организационно-экономические и коммерческие характеристики инновационного продукта.

37. Маркетинговый раздел бизнес-плана инновационного проекта и его структура.

38. План производства инновационного продукта. Показатели и их характеристика.

39. Организационный план создания инновационного продукта. Диагностика оргструктуры и системы управления производством.

40. Идентификация рисков инновационного проекта и механизм их страхования и нейтрализации.

41. Определение источников финансирования проекта.

42. Финансовый раздел бизнес-плана инновационного проекта и его показатели.

43. Маркетинговая характеристика инновационного продукта.

44. Характеристика основных потенциальных рынков сбыта инновационного продукта.

45. Расчет емкости рынка инновационного продукта.

46. Оценка факторов, формирующих спрос на инновационный продукт.

47. Анализ конкуренции на рынке сбыта инновационного проекта.

48. Оценка уровня конкурентоспособности инновационного продукта.

49. Разработка плана маркетолога инновационного проекта.

50. Определение целей, задач и стратегий маркетинга инновационного проекта.

51. Формирование системы ценообразования инновационного продукта.

52. Выбор форм и каналов сбыта инновационного продукта.

53. Формирование системы маркетинговых коммуникаций для инновационного продукта.

54. Понятие риска инновационного проекта и их классификация.

55. Рыночные риски их идентификация и нейтрализация.

56. Финансовые риски инновационного проекта и их страхование.

57. Маркетинговая результативность и эффективность инновационного проекта.

### **Перечень лабораторных занятий**

1. Анализ этапов жизненного цикла инновационного проекта.
2. Оценка и анализ инновационного потенциала проекта.
3. Разработка отдельных разделов бизнес-плана инновационного проекта.
4. Разработка маркетингового раздела бизнес-плана инновационного проекта.
5. Оценка рисков инновационного проекта

### **Перечень технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ**

1. Компьютеры с доступом в Интернет.
2. Интерактивная доска.

## **Организация самостоятельной работы студентов**

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа магистрантов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 72 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим и лабораторным, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, презентаций, эссе и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам выполнения лабораторных работ, индивидуальных практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

### **Контроль качества усвоения знаний**

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия текущего контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

контрольная работа;

устный опрос на аудиторных занятиях;

защита отчета о выполнении лабораторных работ.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится не менее 3 раз семестр.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

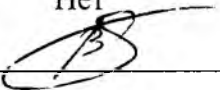
Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

### **Методика формирования отметки по учебной дисциплине**

Формирование отметки по учебной дисциплине «Маркетинг инновационного проекта» осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.



## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

| Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) <sup>1</sup> |
|------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                      | 2                | 3                                                                                                             | 4                                                                                                              |
| Цифровой маркетинг                                                     | Маркетинга       | Нет<br>                     |                                                                                                                |

<sup>1</sup> При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы