Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 29.12.2025 15:34:29
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л. В. Крылова
(подпись)
«12» 02 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.08 ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

(шифр, название учебной дисциплины в соответствии с учебным планом)

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление
(код, наименование)

Программа высшего образования – программа магистратуры

Направление подготовки 38.04.01 Экономика
(код, наименование)

Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес
(наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Форма обучения, курс:
очная форма обучения 2 курс
заочная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2025

Рабочая программа учебной дисциплины «Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности» для обучающихся по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика, магистерская программа: Маркетинг. Рекламный бизнес, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:
- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. - для заочной формы обучения.

Разработчик: Морозова Н.И., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «25» февраля 2025 года № 16

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

(подпись) И.М. Рвачёва (фамилия и инициалы)

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета маркетинга и торгового дела
(подпись) Д.В. Махиносов (инициалы, фамилия)

Дата «25» февраля 2025 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «26» февраля 2025 года № 7
Председатель (подпись) Л.В. Крылова (инициалы, фамилия)

© Морозова Н.И., 2025 год
(ФИО разработчика)
© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2025 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика учебной дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
38.04.01 Экономика</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">Магистерская программа
Маркетинг, Рекламный бизнес</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Общее количество часов – 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>зимняя сессия, летняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 1,88;
самостоятельной работы обучающегося – 2,7</td><td rowspan="11">Программа высшего образования – программа магистратуры</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-___час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>45,8 час.</td><td>84,7 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>3 ТМК</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>Экзамен</td><td>Экзамен</td></tr>
</table>

Примечание. Для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/курсовой проект (КР/КП); для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/ курсовой проект (КР/КП).

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 32/45,8
для заочной формы обучения – 12/84,7

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: знание особенностей маркетинга инновационных продуктов, понимание стратегических проблем маркетингового управления, умение использовать управленческие инструменты с целью успешной коммерциализации инноваций.

Задачи учебной дисциплины: изучение теоретических положений и основных понятий, связанных с инновациями; формирование системы маркетингового управления, соответствующей специфике отрасли и этапу становления компании, внедряющей инновацию; выявление существующих и потенциальных запросов потребителей; сегментирование рынков, выбор целевых сегментов и позиционирование инновационного продукта или услуги; обоснованный выбор каналов сбыта инновационного товаров и услуг, а также методов работы в соответствующих каналах.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Учебная дисциплина Б1.В.08 «Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности» относится к части формируемой участниками образовательного процесса дисциплинам части ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знании таких учебных дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Маркетинг продаж» «Реклама в местах продаж».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-1 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1$_{ПК-1}$ Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИДК-2 ПК-1 Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: специфику инновации как рыночного товара; специфику рынка инноваций, его субъектов, основные элементы инфраструктуры рынка инноваций; современные концепции в области маркетинга инноваций; основные методики оценки эффективности инновационного проекта; основные виды маркетинговых стратегий высокотехнологичных продуктов;

уметь: проводить анализ рынка инновационной продукции; разрабатывать и управлять процессами генерирования, распространения и продвижения инноваций; осуществлять анализ инновационных разработок с позиций создания потребительской ценности и продвижения на рынок на основе современных подходов, методов и инструментов маркетинга инноваций; разработать план маркетинга инновации; использовать методы маркетинговых коммуникаций для продвижения инноваций.

владеть: методикой формирования стратегий маркетинга инноваций; методами инновационного маркетинга; навыками принятия маркетинговых решений, связанных с разработкой и внедрением маркетинговых стратегий предприятия по инновационным продуктам.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Теоретические основы формирования маркетинга в условиях инновационного развития экономики.

Тема 1. Характеристика, принципы, функции и классификация инноваций

Тема 2. Инновационный проект: основные этапы создания и реализации

Тема 3. Инновации в разработке названия для нового продукта.

Смысловой модуль 2. Инновационный рынок. Хайтек-маркетинг.

Тема 1. Покупатели на инновационном рынке

Тема 2. Поставщики и продавцы на инновационном рынке

Тема 3. Хайтек – продукция и рынок инноваций**.**

Смысловой модуль 3. Инструменты инновационного маркетинга. Оценка эффективности маркетинговых инновационных решений

Тема 1. Стратегический и тактический инновационный маркетинг

Тема 2. Латеральный маркетинг как инструмент инновационного маркетинга

Тема 3. Экономическая оценка эффективности маркетинговых инновационных решений

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СР[5]		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности												
Смысловой модуль 1. Теоретические основы формирования маркетинга в условиях инновационного развития экономики.												
Тема 1. Характеристика, принципы, функции и классификация инноваций	9	2	2			5	12	1	1			10
Тема 2. Инновационный проект: основные этапы создания и реализации	9	2	2			5	12	1	1			10
Тема 3. Инновации в разработке названия для нового продукта.	9	2	2			5	12	1	1			10
Итого по смысловому модулю 1	***27***	***6***	***6***			***15***	***36***	***3***	***3***			***30***
Смысловой модуль 2. Инновационный рынок. Хайтек-маркетинг.												
Тема 4. Покупатели на инновационном рынке	9	2	2			5	11	0,5	0,5			10
Тема 5. Поставщики и продавцы на инновационном рынке	9	2	2			5	11	0,5	0,5			10
Тема 6. Хайтек – продукция и рынок инноваций**.**	9	2	2			5	11	0,5	0,5			10
Итого по смысловому модулю 2	***27***	***6***	***6***			***15***	***33***	***1,5***	***1,5***			***30***
Смысловой модуль 3. Инструменты инновационного маркетинга. Оценка эффективности маркетинговых инновационных решений												
Тема 7. Стратегический и тактический инновационный маркетинг	7	1	1			5	9	0,5	0,5			8
Тема 8. Латеральный	7	1	1			5	9	0,5	0,5			8

маркетинг как инструмент инновационного маркетинга												
Тема 9. Экономическая оценка эффективности маркетинговых инновационных решений	8,1	2	2			5,8	9,7	0,5	0,5			8,7
Итого по смысловому модулю 3	***23,8***	***4***	***4***			***15,8***	***27,7***	***1,5***	***1,5***			***24,7***
Всего по смысловым модулям	**77,8**	**16**	**16**			**45,8**	**96,7**	**6**	**6**			**84,7**
Катт	**0,8**				**0,8**		**0,9**				**1,2**	
СР						**44,1**						
СРэк					**--**	**24,6**	**-**					
ИК	**-**				**-**							
КЭ	**2**				**2**		**2**				**2**	
Каттэк	**0,4**				**0,4**		**0,4**				**0,4**	
Контроль	**27**				**27**		**8**				**8**	
Всего часов:	**108**	**16**	**16**		**30,2**	**45,8**	**108**	**6**	**6**		**11,6**	**84,7**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СР – самостоятельная работа.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
Смысловой модуль 1. Теоретические основы формирования маркетинга в условиях инновационного развития экономики.			
1	Тема 1. Характеристика, принципы, функции и классификация инноваций	2	0,5
2	Тема 2. Инновационный проект: основные этапы создания и реализации	2	0,5
3	Тема 3. Инновации в разработке названия для нового продукта.	2	1
Смысловой модуль 2. Инновационный рынок. Хайтек-маркетинг.			
4	Тема 4. Покупатели на инновационном рынке	2	0,5
5	Тема 5. Поставщики и продавцы на инновационном рынке	2	0,5
6	Тема 6. Хайтек – продукция и рынок инноваций**.**	2	1
Смысловой модуль 3. Инструменты инновационного маркетинга. Оценка эффективности маркетинговых инновационных решений			
7	Тема 7. Стратегический и тактический	1	0,5

	инновационный маркетинг		
8	Тема 8. Латеральный маркетинг как инструмент инновационного маркетинга	1	0,5
9	Тема 9. Экономическая оценка эффективности маркетинговых инновационных решений	2	1
	Всего:	**16**	**6**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
Смысловой модуль 1. Теоретические основы формирования маркетинга в условиях инновационного развития экономики.			
1	Маркетинг инноваций: особенности концепции, опыт применения в современных условиях	5	10
2	Особенности поведения потребителей на инновационных рынках	5	10
3	Предложение инновационного продукта, обоснование его деловой привлекательности в резюмирующей форме	5	10
Смысловой модуль 2. Инновационный рынок. Хайтек-маркетинг.			
4	Инновационный продукт, его характеристика;	5	10
5	Анализ рынков сбыта продукции, конкуренция;	5	10
6	Выбор стратегии маркетинга инновационного продукта.	5	10
Смысловой модуль 3. Инструменты инновационного маркетинга. Оценка эффективности маркетинговых инновационных решений			
7	Выбор и обоснования канала распределения инновационного продукта.	5	8
8	Выбор подхода продвижения инновационного продукта.	5	8
9	Особенности рекламы научно-технических новинок	5,8	8,7
	Всего:	**45,8**	**84,7**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Комплект заданий для контрольной работы:

Вариант 1.

1. Характеристика, принципы инноваций.
2. Характеристика инновационного спроса.

Вариант 2.

1. Основные функции и классификация инноваций.
2. Инновации в разработке названия для нового продукта.

Вариант 3.

1. Жизненный цикл инновационного изделия (продукта).
2. Понятие «инновационный проект», классификация, жизненный цикл инновационных проектов.

Вариант 4.

1. Оформление и управление инновационного проекта.
2. Инновационное управление брэндом.

Вариант 5.

1. Техники образования имен.
2. Специфика покупательского поведения на инновационных рынках. Модели покупательского поведения

Вариант 6.
1. Сущность и виды инновационных организаций.
2. Понятие латерального маркетинга и его отличия от традиционного.

Вариант 7.
1. Формы и методы взаимодействия субъектов на инновационном рынке.
2. Тактический инновационный маркетинг.

Вариант 8.
1. Хайтек-продукция и рынок инноваций.
2. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.

Вариант 9.
1. Маркетинговая разработка нового товара и концепция «целостного продукта».
2. Цели и методика латерального маркетинга.

Вариант 10.
1. Ценнобразование на хайтек-продукцию.
2. Методики оценки экономической эффективности.

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- устный опрос (темы 1,3,5,6)	1	4
- реферат, доклад, эссе (темы 4)	5	5
- тестирование (темы 1-9)	3	27
- задания (темы 1,2)	2	4
Промежуточная аттестация	*Экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (тема 1.3.5)	1	3
- тестирование (тема 1-9)	3	27
- контрольная работа	10	10
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Концепции современного маркетинга инноваций.
2. Методы генерирования инновационных идей.

3. Достоинства и недостатки индивидуальных и групповых методов генерирования инновационных идей.

4. Характеристика, принципы инновации.

5. Основные функции и классификация инноваций.

6. Этапы инновационного развития.

7. Жизненный цикл инновационного изделия.

8. Понятие «Инновационный проект», классификация.

9. Жизненный цикл инновационных проектов.

10. Инновации в разработке названия нового продукта.

11. Особенности управления распространением инноваций.

12. Проблемы восприятия инноваций потребителями. Типы потребителей.

13. Барьеры для восприятия инноваций. Управление вниманием потребителя.

14. Понятие инновационного маркетинга.

15. Техники образования имен.

16. Инновационное управление брэндом.

17. Характеристика инновационного спроса

18. Специфика покупательского поведения на инновационных рынках.

19. Модели покупательского поведения.

20. Сущность и виды инновационных организаций.

21. Показатели эффективности маркетинга: чистая прибыль от маркетинга и рентабельность маркетинга.

22. Формы и методы взаимодействия субъектов на инновационном рынке.

23. Хайтек-продукция и рынок инноваций.

24. Маркетинговая разработка нового товара и концепция «целостного продукта».

25. Ценообразование на хайтек-продукцию.

26. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.

27. Тактический инновационный маркетинг.

28. Понятие латерального маркетинга и его отличия от традиционного.

29. Цели и методика латерального маркетинга.

30. Конкурентное преимущество и стержневая компетенция в инновационном маркетинге.

31. Методики оценки экономической эффективности.

32. Срок (период) окупаемости инновационного проекта.

33. Чистая текущая стоимость доходов от инноваций.

6. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа									Итоговый тест (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2			Смысловой модуль № 3				
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	**60**	**100**
6	**5**	**4**	**3**	**9**	**4**	**3**	**3**	**3**		

Примечание. Т1, Т2, ... Т6 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Морозова Н.И., Кривонос А.А. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности [Текст]: учеб. пособие; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского". ─ Донецк: ДонНУЭТ, 2019 . ─ 154 с.

2. Морозова, Н. И. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности [Электронный ресурс] : электронный конспект лекций по дисциплине для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», профиль «Маркетинг», ОУ «Магистр», оч. и заоч. форм обучения / Н. И. Морозова ; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2017 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

3. Инвестиции и инновации : учебник / В.Н. Щербаков [и др.].. — Москва : Дашков и К, 2020. — 658 c. — ISBN 978-5-394-03904-1. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111030.html

Дополнительная литература:

1. Слонимская М.А. Доступный маркетинг: рынок услуг / Слонимская М.А., Яшева Г.А., Вайлунова Ю.Г.. — Минск : Вышэйшая школа, 2021. — 224 c. — ISBN 978-985-06-3314-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119979.html

Учебно-методические издания:

1. Нестерова, Н. А. Инновационный менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный конспект лекций по дисциплине / Н. А. Нестерова ; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. туризма . ─ Донецк : [ДонНУЭТ], 2017 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Никитина Л.Л. Инновации в торговой деятельности : учебное пособие / Никитина Л.Л., Гаврилова О.Е.. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический

университет, 2019. — 100 с. — ISBN 978-5-7882-2701-6. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/109541.html

3. Морозова, Н. И. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности [Электронный ресурс] : метод. рекомендации и указания для самостоят. работы и практ. занятий для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», профиль «Маркетинг», ОУ «Магистр», оч. и заоч. форм обучения / Н. И. Морозова ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. гостиничного и ресторанного дела, Каф. маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2018 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст : электронный.

Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: http://www.iprbookshop.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.

Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2022. – URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2022. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: http://cyberleninka.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: https://rusneb.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.

Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: http://liber.rea.ru/login.php (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: http://library.fa.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: https://biblioclub.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.education (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: лекционная мультимедийная аудитория. Мультимедийная аудитория укомплектована мультимедийным проектором, проекционным экраном, ноутбуком. Преподаватель имеет возможность проводить лекции, лабораторные занятия, презентации, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения.

Дисциплина обеспечена комплектом презентаций и видеоматериалов по темам, необходимыми учебными пособиями и учебной литературой для освоения учебного курса.

17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчества	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании*
Морозова Наталья Игоревна	По основному месту работы	Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», магистр по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК №000186	Удостоверение о повышении квалификации 61240026999 1-14481 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.09.22-24.09.22, 12 часов
				Удостоверение о повышении квалификации 61240031276 1-14481 «Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки Экономика и управление» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 30.05.23-02.06.23, 36 часов
				Диплом о профессиональной переподготовке «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты» 265.0924-11.12.24, 300 часов 000000230005 г.Смоленск, «Инфоурок»
				Удостоверение о повышении квалификации 571 «Эффективная цифровая и коммуникационная среда преподавателя: синергия законодательных требований и цифровых инструментов» ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», г. Красногорск 16.12.24-30.12.24, 72 часа
