

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра коммерции и маркетинга факультета управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Инновации в торговой деятельности

Образовательная программа

38.03.06 – Торговое дело

Профиль подготовки
Коммерция

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
заочная

Статус дисциплины: вариативная (дисциплина по выбору)

Махачкала, 2018

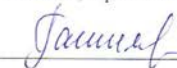
Рабочая программа дисциплины «Инновации в торговой деятельности» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 – Торговое дело (уровень бакалавриата) от «12» ноября 2015г. № 1334.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, ст. преп. Патахова М.А.,

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2018г. протокол № 1

Зав. кафедрой  Умаров Ю.Д.

на заседании Методической комиссии факультета управления от
«31» августа 2018 г., протокол №1

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим

управлением «31» августа 2018г. 

СОДЕРЖАНИЕ

Стр.

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Объем дисциплины.....	6
4.2. Структура дисциплины.....	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	7
4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.....	7
4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.....	9
5. Образовательные технологии.....	11
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	11
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	13
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	14
7.2. Типовые контрольные задания.....	14
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	23
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	24

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Инновации в торговой деятельности» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.06 – Торговое дело.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-9, ПК-11.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины ___4___ зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

Семестр	Учебные занятия								Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен		
		всего	из них						
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации		
5	144	16	6		10			128	

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина «Инновации в торговой деятельности» входит в вариативную часть дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата 38.03.06- Торговое дело.

Дисциплина «Инновации в торговой деятельности» базируется на знаниях, полученных по дисциплинам: «Маркетинг», «Инновационный менеджмент», «Экономическая теория», «Коммерческая деятельность».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-9	Готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает: основные стратегии организации Умеет: анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации Владеет: методами анализа, оценки и разработки стратегии организации
ПК-11	Способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).	Знает: понятие инновационного процесса и инновационного потенциала предприятия, инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности. Умеет: анализировать применяемые инновационные методы в области профессиональной деятельности. Владеет: навыками разработки инновационных

		методов в области профессиональной деятельности и методами оценки инновационных проектов.
--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Лекции	Практически е занятия	Лабораторн ые занятия	Контроль самост. раб.		
	Модуль 1: Нововведение, функции, методы и модели инновационного управления								
1.	Тема: 1.1. Нововведение как объект инновационного управления	5		2				20	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2.	Тема: 1.2. Функции, методы и модели инновационного управления	5			2			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	Итого по модулю 1:	36		2	2			32	тестирование
	Модуль 2: Организация инновационной деятельности на предприятиях								
3.	Тема: 2.1. Организация инновационной деятельности на предприятиях торговли	5		2				18	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
4.	Тема: 2.2. Управление затратами на инновационную деятельность	5			2			14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	Итого по модулю2:.	36		2	2			32	тестирование
	Модуль 3: Финансирование инновационной деятельности								
5.	Тема: 3.1. Инновационный маркетинг.	5		1				20	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта

6.	Тема: 3.2. Финансирование инновационной деятельности.	5			2			13	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
	Итого по модулю 3:	36		1	2			33	тестирование
	Модуль 4: Стратегическое управление инновациями и инновационный проект в торговле								
7.	Тема: 4.1. Стратегическое управление инновациями в торговле.	5		1	2			18	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
8.	Тема: 4.2. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности. □	5			2			13	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
	Итого по модулю 4:	36		1	4			31	тестирование
	Экзамен								
	ИТОГО:			6	10			128	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Нововведение, функции, методы и модели инновационного управления

Тема 1.1. Нововведение как объект инновационного управления

Сущность и классификация инноваций. Создание благоприятных условий нововведений. Управление инновациями на макро- и микроуровне. Жизненный цикл нововведений: фазы, стадии, этапы. Государственное регулирование инновационных процессов.

Тема 1.2. Функции, методы и модели инновационного управления.

Функции инновационного управления. Методы инновационного менеджмента. Понятие и классификация инновационных процессов. Основные этапы инновационных процессов. Параметры инновационных процессов. Диффузионная и внутриорганизационная модели: характеристика, особенности, фазы реализации. Управление инновационными процессами.

Модуль 2: Организация инновационной деятельности на предприятиях

Тема 2.1. Организация инновационной деятельности на предприятиях торговли.

Формы организации инновационной деятельности: промышленные предприятия; малые инновационные предприятия; научно-исследовательские институты (НИИ); высшие учебные заведения (вузы); технопарки; промышленные парки; научные парки; технополисы; инновационнотехнологические центры; бизнес-инкубаторы; центры трансфера

технологий. Структура инновационных организаций. Организация инновационного управления.

Тема 2.2. Управление затратами на инновационную деятельность.

Сущность и содержание затрат на инновационную деятельность. Единовременные и текущие затраты. Структура затрат. Учет затрат. Пути снижения затрат. Планирование динамики затрат при освоении новых изделий. Метод Райта. Построение кривых освоения. Оценка воздействия дестабилизирующих факторов на затраты в процессе освоения.

Модуль 3: Финансирование инновационной деятельности

Тема 3.1. Инновационный маркетинг.

Направления инновационной маркетинговой деятельности. Коммерциализация инноваций. Стратегический инновационный маркетинг. Тактический инновационный маркетинг. Особенности рынка инноваций. Виды маркетинга нововведений: маркетинг научно-технической продукции, созданной научно-технической организацией; маркетинг технологических нововведений, созданных в производстве; оценка конкурентоспособности проектируемого изделия; международный маркетинг. Критерии сегментации рынка товаров. Пути совершенствования маркетинга инноваций.

Тема 3.2. Финансирование инновационной деятельности.

Источники финансирования инновационных процессов. Механизм рискованного финансирования научно-технических разработок. Использование венчурного капитала. Внутренние и внешние венчуры. Особенности лизингового финансирования в научно-технической сфере. Понятие риска в инновационном менеджменте. Виды риска. Оценка предполагаемой потери средств инвестора. Механизм ограничения экономического риска при инвестициях в инновационную деятельность.

Модуль 4: Стратегическое управление инновациями и инновационный проект в торговле

Тема 3.1. Стратегическое управление инновациями в торговле.

Содержание и формы стратегического управления инновациями. Методы и средства стратегического управления инновациями. Понятие инновационной стратегии, ее роль в рыночной экономике. Система стратегий. Методы выбора инновационной стратегии. Отечественный и зарубежный опыт применения инновационных стратегий.

Тема 3.2. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности.

Инновационный проект: этапы осуществления. Условия коммерческой привлекательности проекта: правовая охрана, возможность широкого использования (тиражирование). Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов. Методика «Континентал-групп». Инвестиционная привлекательность проекта. Формы финансовой оценки проекта. Эффективность использования инноваций. Общая экономическая эффективность инноваций. Эффективность затрат на инновационную деятельность.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Нововведение, функции, методы и модели инновационного управления

Тема 1.1. Нововведение как объект инновационного управления

1. Сущность и классификация инноваций.
2. Создание благоприятных условий нововведений.
3. Управление инновациями на макро- и микроуровне.

Тема 1.2. Функции, методы и модели инновационного управления.

1. Функции инновационного управления.
2. Методы инновационного менеджмента.
3. Понятие и классификация инновационных процессов.
4. Основные этапы инновационных процессов.

Модуль 2: Организация инновационной деятельности на предприятиях

Тема 2.1. Организация инновационной деятельности на предприятиях торговли.

1. Формы организации инновационной деятельности: промышленные предприятия; малые инновационные предприятия; научно-исследовательские институты (НИИ); высшие учебные заведения (вузы); технопарки; промышленные парки; научные парки; технополисы; инновационнотехнологические центры; бизнес-инкубаторы; центры трансферта технологий.
2. Структура инновационных организаций.
3. Организация инновационного управления.

Тема 2.2. Управление затратами на инновационную деятельность.

1. Сущность и содержание затрат на инновационную деятельность.
2. Единовременные и текущие затраты.
3. Структура затрат. Учет затрат.

Модуль 3: Финансирование инновационной деятельности

Тема 3.1. Инновационный маркетинг.

1. Направления инновационной маркетинговой деятельности.
2. Стратегический инновационный маркетинг.
3. Тактический инновационный маркетинг.
4. Особенности рынка инноваций.
5. Виды маркетинга нововведений: маркетинг научно-технической продукции, созданной научно-технической организацией; маркетинг технологических нововведений, созданных в производстве; оценка конкурентоспособности проектируемого изделия; международный маркетинг.

Тема 3.2. Финансирование инновационной деятельности.

1. Источники финансирования инновационных процессов.
2. Механизм рискованного финансирования научно-технических разработок.
3. Особенности лизингового финансирования в научно-технической сфере.

4. Понятие риска в инновационном менеджменте. Виды риска.

Модуль 4: Стратегическое управление инновациями и инновационный проект в торговле

Тема 4.1. Стратегическое управление инновациями в торговле.

1. Содержание и формы стратегического управления инновациями.
2. Методы и средства стратегического управления инновациями.
3. Понятие инновационной стратегии, ее роль в рыночной экономике.
4. Система стратегий.
5. Методы выбора инновационной стратегии.
6. Отечественный и зарубежный опыт применения инновационных стратегий.

Тема 4.2. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности.

1. Инновационный проект: этапы осуществления.
2. Условия коммерческой привлекательности проекта: правовая охрана, возможность широкого использования (тиражирование).
3. Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов.
4. Инвестиционная привлекательность проекта.
5. Формы финансовой оценки проекта. Эффективность использования инноваций.

5. Образовательные технологии.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Инновации в торговой деятельности» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<i>Тема: 1.</i> Нововведение как объект инновационного управления	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта, презентаций.
<i>Тема: 2.</i> Функции, методы и модели инновационного управления	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема: 3.</i> Организация инновационной деятельности на предприятиях торговли	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта, презентаций.
<i>Тема: 4.</i> Управление затратами на инновационную деятельность	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема: 5.</i> Инновационный маркетинг.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта, презентаций.
<i>Тема: 6.</i> Финансирование инновационной Деятельности.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема: 7.</i> Стратегическое управление инновациями в Торговле.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Тема: 8. Инновационный проект в торговле и методы оценки его эффективности. □	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
---	---	--

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Тематика рефератов:

1. Инновационный менеджмент возникновение, становление, основные черты
2. Содержание инновационного менеджмента, цель и предмет изучения
3. Тенденции и разновидности развития, управление развитием.
4. Нововведения как объект инновационного менеджмента: сущность и классификация.
5. Жизненный цикл нововведения.
6. Государственная поддержка инновационных процессов.
7. Особенности проведения инновационной деятельности на предприятиях пищевой промышленности
8. Финансово-промышленные группы в организации инновационного процесса
9. Диффузионная и внутриорганизационная модели инновационного процесса
10. Формы организации инновационного предпринимательства
11. Преимущества и недостатки крупных и малых предприятий в управлении нововведениями .

12. Инкубаторские структуры поддержки и развития малого инновационного предпринимательства .
13. Финансово-промышленные группы в организации инновационного процесса.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);

- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;

- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;

- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;

- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-9	Знает: основные стратегии организации Умеет: анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации Владеет: методами анализа, оценки и разработки стратегии организации	Устный опрос, написание рефератов, тестирование
ПК-11	Знает: понятие инновационного процесса и инновационного потенциала предприятия, инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности. Умеет: анализировать применяемые инновационные методы в области профессиональной деятельности. Владеет: навыками разработки инновационных методов в области профессиональной деятельности и методами оценки инновационных проектов.	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец тестового задания

Вариант 1

1. Что такое новация:

- 1) процесс использования новшества;
- 2) новшество, не внедренное в производственный процесс;
- 3) управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства;
- 4) нововведения, имеющие практическое внедрение в производственном процессе.

2. Что такое инновация:

- 1) процесс использования новшества;
- 2) новшество, не внедренное в производственный процесс;

- 3) управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства;
- 4) нововведения, имеющие практическое внедрение в производственном процессе.

3. Что такое инновационный менеджмент:

- 1) процесс принятия управленческих решений, организация производственного процесса, планирование деятельности предприятия;
- 2) наука об организации планирование контроля и регулирования движением материалов и информационных потоков в пространстве, во времени;
- 3) процесс управления созданием новых знаний, творческим потенциалом создателей новых знаний, внедрением новшеств, экономическими, социальными и психологическими аспектами нововведений;
- 4) управление организации в условиях рыночных отношений.

4. Продуктовые нововведения это:

- 1) новая продукция;
- 2) новые технологии производства выпускаемой или новой продукции;
- 3) новые методы организации работ и управления производством.

5. Выделите два подхода к определению сущности нововведения:

- 1) нововведение — открытие новых знаний и технических решений;
- 2) нововведение — результат творческого процесса в виде новой продукции, технологии, метода управления;
- 3) нововведение — радикальное изобретение;
- 4) нововведение — процесс введения новых изделий, элементов, подходов, принципов и т.д. вместо действующих;
- 5) нововведение — новый способ удовлетворения сложившихся общественных потребностей, дающий прирост полезного эффекта и, как правило, основанный на достижениях науки и техники.

6. Процессная инновация это:

- 1) новая продукция;
- 2) новые технологии производства выпускаемой или новой продукции;
- 3) новые методы организации работ и управления производством.

7. Есть ли отличия между нововведением и открытием, изобретением? Если да, то укажите, какие из перечисленных:

- 1) изобретение и открытие делаются, как правило, на фундаментальном уровне, а инновация — на уровне прикладного порядка;
- 2) открытие может быть сделано изобретателем-одиночкой или кустарем, а инновация, как правило, разрабатывается комплексными промышленными лабораториями;
- 3) затрат времени на открытие и изобретение гораздо больше, чем на инновацию;
- 4) открытие может произойти случайно, а инновация является результатом комплексного использования элементов систематических технических разработок, научно-исследовательских программ и т.д.;
- 5) получение инновации возможно лишь при управлении инновационной деятельностью, а открытие — результат творческого поиска, не приемлющего директивы;

6) открытие по своей сущности является "бескорыстным" актом, а инновация имеет целью повышение производительности в результате применения ее в процессе производства или управления.

Вариант 2

1. Инновационная деятельность это:

- 1) деятельность, связанная с осознанием потребности или возможности изменений, поиск и разработка новшества;
- 2) вид деятельности, непосредственно связанный с получением, воспроизведением новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики;
- 3) сертификация наукоемкой продукции, предоставление осваивающим и производящим ее предприятиям услуг в области стандартизации и контроля качества.

2. Что не является препятствием для успешной инновационной деятельности крупных организаций:

- 1) сложность иерархической структуры;
- 2) увеличения объема денежных средств;
- 3) сопротивление переменам;
- 4) ориентация на сбалансированное достижение высокого уровня показателей работы во всех организационных звеньях.

3. Что представляет собой агломерацию наукоемких фирм и исследовательских подразделений промышленных компаний, группирующихся вокруг крупных научных и учебных центров, главным образом, университетов:

- 1) технопарк;
- 2) промышленный парк;
- 3) научный парк;
- 4) инновационный центр.

4. Технополис это:

- 1) это компактно расположенный комплекс, который в общем виде может включать в себя научные учреждения и предприятия промышленности, а также информационные, выставочные комплексы, службы сервиса;
- 2) это структура, включающая в себя небольшой город, развитие которого целенаправленно ориентировано на расположенные в нем научно-производственные комплексы;
- 3) это экономическая структура, размещенная в рамках локальной территории и предназначенная преимущественно для небольшой, только что созданной компании.

5. Что такое бизнес - инкубатор:

- 1) это небольшая организация, в которой проводят деловую экспертизу, создающихся фирм в условия максимально приближенные к реальным;
- 2) это небольшая организация, которая осуществляет финансирование тех, кто хочет профессионально заниматься бизнесом;
- 3) это небольшая организация, которая осуществляет набор персонала тем, кто хочет профессионально заниматься бизнесом.

7. Что не является функций бизнес - инкубаторов:

- 1) проведение деловой экспертизы создающихся фирм и проектов;
- 2) оказание всесторонней помощи клиентам;
- 3) создание нового образца продукции;
- 4) способствование экономическому развитию региона.

8. Какие услуги не предоставляет бизнес - инкубатор:

- 1) финансовое консультирование;
- 2) организация менеджмента;
- 3) финансирования клиентов;
- 4) общеделовые услуги;
- 5) профессиональные бизнес-услуги.

9. Какое условие отбора необходимо, чтобы кандидат был определен в технопарк:

- 1) хорошо обоснованный бизнес-план, эта фирма должна быть связана с научными организациями, и иметь хорошие финансовые возможности;
- 2) хорошо обоснованный бизнес-план, эта фирма должна быть связана с научными организациями, и иметь государственное финансирование;
- 3) хорошо обоснованный бизнес-план, эта фирма должна быть связана с научными организациями, и иметь венчурное финансирование;

Вариант 3

1. Какого вида маркетинга не существует:

- 1) потребительский маркетинг;
- 2) продуктовый маркетинг;
- 3) процессный маркетинг;
- 4) интегрированный маркетинг.

2. Как нельзя повысить конкурентоспособность нового товара:

- 1) снижение затрат на производство и сбыт продукции;
- 2) повышение технических характеристик изделий;
- 3) установление цен в соответствии с конъюнктурой рынка;
- 4) установление престижных цен.

3. Что такое доступность сегмента:

- 1) оценка количественными показателями, т.е. сколько изделий и какой стоимости может быть продано, какое число потенциальных потребителей имеется, на какой площади они проживают;
- 2) возможности продвижения, распространения, хранения и сбыта продукции;
- 3) защищенность сегмента от конкуренции;
- 4) является ли он растущим, устойчивым или уменьшающимся, можно ли ориентировать на него свои производственные мощности.

4. Назовите рекомендации по применению цены «снятия сливок»:

- 1) устанавливает цену с начала продвижения на рынке нового изделия, должна быть ориентирована на специального потребителя;
- 2) необходимость быстрее вернуть большие вложения на специальные исследования и разработку нового изделия, поэтому необходимо определить потребителя готового купить изделия по высокой цене;

3) выходить на рынок следует только с принципиально новыми изделиями, необходимо определить потребителя готового купить изделия по высокой цене, искать выход на сегмент рынка, где спрос не зависит от динамики цен.

5. Цена на изделие очень высокого качества, обладающие особыми свойствами это:

- 1) цена лидера на рынке;
- 2) престижная цена;
- 3) цена «снятия сливок».

6. Применение психологической цены необходимо:

- 1) для того, чтобы создать впечатление низкой цены;
- 2) для того, чтобы избежать «войны» цен;
- 3) когда одну новую модель нужно быстро продвинуть на рынок.

7. Что такое скользящая падающая цена:

- 1) цена, устанавливаемая в зависимости от спроса и предложения и постепенно снижающаяся по мере насыщения рынка;
- 2) цена, быстро реагирующая на изменение соотношения спроса и предложения на рынке в зависимости от характера конъюнктуры на данный момент времени;
- 3) цена, действующая в том случае, если покупатель выполняет при покупке ряд заранее оговоренных условий и получает за это скидку.

8. Что означает интеграция разработчиков, производителей и потребителей:

- 1) взаимообусловленное участие разработчиков, производителей и потребителей в работах по проектированию новых изделий;
- 2) делегирование полномочий разработчиков, производителей и потребителей в работах по проектированию новых изделий;
- 3) иерархия подразделений разработчиков, производителей и потребителей в работах по проектированию новых изделий.

9. Отсутствие риска при выборе результата:

- 1) вероятность получения желаемого результата;
- 2) вероятность наступления последствий в ходе альтернативного выбора результата;
- 3) вероятность отклонения от выбранного результата;
- 4) вероятность получения желаемого результата и наступления неудачи.

Контрольные вопросы к экзамену

1. Причины возникновения и сущность инновационного менеджмента
2. Цель и задачи инновационного менеджмента
3. Основные функции инновационного менеджмента
4. Сущность и классификация инноваций
5. Жизненный цикл нововведения
6. Понятие и стадии инновационного процесса
7. Диффузная модель
8. Внутриорганизационная модель
9. Сущность инновационной деятельности
10. Стратегии инновационного менеджмента
11. Стратегии поведения на рынке
12. Виды инновационной стратегии

13. Препятствия для крупных предприятий в осуществление инновационной деятельности
14. Преимущества крупных предприятий для осуществления инновационной деятельности
15. Преимущества малых предприятий в осуществление инновационной деятельности
16. Недостатки малых предприятий в осуществление инновационной деятельности
17. Организация интрапредпринимательской деятельности в условиях развития инноваций
18. Особенности малого предпринимательства в инновационной сфере
19. Формы организации малого инновационного предпринимательства
20. Инкубаторские структуры поддержки и развития малого инновационного предпринимательства
21. Особенности бизнес-инкубаторах и технопарках в инновационной деятельности
22. Стратегии финансирования научно-технологических парков
23. Сущность инновационного маркетинга и его задачи
24. Тактический инновационный маркетинг.
25. Стратегический инновационный маркетинг.
26. Пути повышения конкуренции нового изделия
27. Признаки сегментации рынка новой продукции
28. Сущность ценообразования
29. Виды цен на новый товар
30. Методы ценообразования
31. Принципы организации новой продукции
32. Необходимость организации процесса производства новой продукции
33. Система ускоренного освоения новых изделий
34. Сущность экономической эффективности
35. Определение сравнительной экономической эффективности капитальных вложений в инновационные проекты
36. Экономическая эффективность нововведений
37. Рисковая деятельность предприятий
38. Механизм ограничения экономического риска
39. Планирование затрат на основании новых изделий методом Райта
Планирование себестоимости научно-технической продукции
40. Дифференцированные показатели эффективности производства
41. Жизненный цикл нововведения
42. Финансово-промышленные группы в организации инновационного процесса
43. Оценка конкурентоспособности проектируемого изделия
44. Российская практика государственной поддержки инновационных разработок
45. Виды инновационных проектов и их особенности
46. Управления персоналом в научных организациях
47. Анализ спроса на научно-техническую продукцию
48. Виды спроса на новую продукцию
49. Формы финансовой оценки проекта

50. Управление инновациями на макроуровне и микроуровне

51. Государственное регулирование инновационных процессов в США, Японии.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

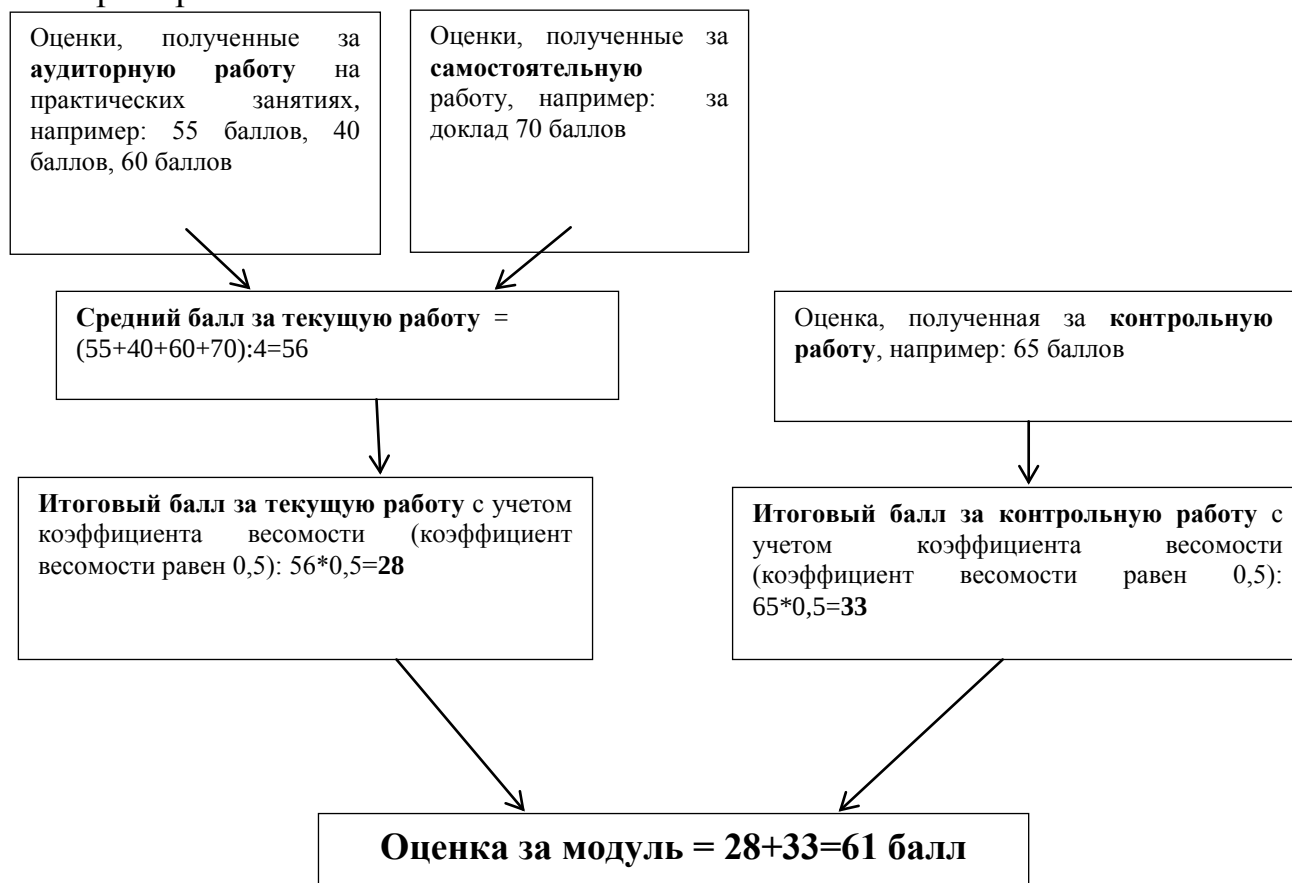
«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные

собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 500 с. — 978-5-394-01418-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60422.html>
2. Семиглазов В.А. Инновации и инвестиции [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Семиглазов. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. — 134 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71372.html>
3. Мачерет Д.А. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник/[и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2016. — 380 с. — 978-5-89035-919-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57987.html>

б) дополнительная литература

1. Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 256 с. — 978-985-06-2318-8. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ, Университетская библиотека ONLINE, IPRbooks URL <http://www.iprbookshop.ru/35490.html>
2. Виноградова, Светлана Николаевна. Коммерческая деятельность : учеб. для вузов / Виноградова, Светлана Николаевна ; О.В.Пигунова. - Мн. : Вышэйша школа, 2005. - 351,[1] с. -Утверждено МО РБ. - ISBN 985-06-1029-8 : 150-15. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ, IPRbooks URL:
3. Киселева Л.Г. Экономический анализ и оценка результатов коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Г. Киселева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 99 с. — 978-5-4487-0061-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68930.html>
4. Пономарева З.М. Деловые игры в коммерческой деятельности. Темы «Аукцион», «Биржа» [Электронный ресурс] : практикум / З.М. Пономарева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 180 с. — 978-5-394-01830-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14602.html>
5. Толкачев А.Н. Коммерческое право [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Толкачев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 360 с. — 978-5-394-01153-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35277.html>

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

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 2018 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2018 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru,свободный>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Инновации в торговой деятельности» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

Овладение дисциплины поможет студентам применять на практике знания и практические навыки в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. К каждому занятию студенты должны изучить соответствующий теоретический материал по учебникам и конспектам лекций. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Маркетинг в России и за рубежом», «Современная торговля», «Витрина», «Практический маркетинг», «Рекламный мир» и др.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В процессе преподавания дисциплины предполагается использование современных технологий визуализации учебной информации (создание и демонстрация презентаций).

Проведение данной дисциплины не предполагает использование специального программного обеспечения. Используется следующее лицензионное программное обеспечение общего назначения и информационные справочные системы: прикладные программы пакет OfficeStd 2016 RUSOLPNL Acdmc Справочно Правовая Система КонсультантПлюс.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.