

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
экономики, маркетинга и коммерции

  
21.03.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.ДВ.03.01 Инновации в коммерческой деятельности**

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 38.03.01 Экономика
2. Профиль подготовки/специализация: Коммерческая деятельность и бизнес-риски
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра экономики, маркетинга и коммерции
6. Составители программы: Дайнеко В.Г., к.э.н., доцент КЭМК
7. Рекомендована: НМС экономического факультета 21.03.2024 года протокол № 3
8. Учебный год: 2026 - 2027 Семестр(ы)/Триместр(ы): 5

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

*Целью изучения дисциплины является* формирование у обучающихся теоретических знаний, практических умений и навыков сбора и анализа информации о перспективных инновационных направлениях коммерческой деятельности, разработке отдельных функциональных направлений в области инноваций.

*Задачи учебной дисциплины:*

- формирование теоретических знаний о принципах и содержании инновационного процесса, его особенностях в коммерческой деятельности;
- формирование умений поиска, обобщение, систематизации и анализа информации для оценки перспективности и рисков инновационного проекта;
- развитие практических навыков осуществлять расчет экономических и социально-экономических показателей внедрения инноваций в коммерческой деятельности.

Дисциплина реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** Блок 1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Дисциплины по выбору.

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:**

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	Способен применять рациональные подходы к осуществлению организационно-экономической и производственной деятельности организации	ПК-2.3	Координирует организационно-экономическую и производственную деятельность организации на основе целевых показателей	Знать: содержание инновационной деятельности, моделей инновационного процесса и целевые показатели, характеризующие освоение инноваций, источники информации, содержащие данные о возможностях и рисках внедрения новшеств. Уметь: осуществлять поиск и систематизацию информации об инновациях и тенденциях инновационных изменений в коммерческой деятельности, определять перспективные направления развития инновационного процесса в коммерческой организации. Владеть: навыками обобщения и анализа информации, обоснования предложений совершенствования коммерческой деятельности.
ПК-3	Способен оценивать результаты организационно-экономической и производственной деятельности организации и выявлять резервы повышения ее эффективности	ПК- 3.3	Интерпретирует результаты расчетов и выявляет резервы повышения эффективности деятельности организации	Знать: основные виды интеллектуальной собственности, особенности их использования для повышения эффективности деятельности организации, структуру инновационного проекта. Уметь: осуществлять анализировать и интерпретировать перспективные инновационные направления коммерческой деятельности, оценивать риски реализации инновационных проектов. Владеть: навыками разработки и оценки мер, способных повысить эффективность деятельности организаций на основе использования новаций.

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** — 3 / 108.

**Форма промежуточной аттестации** зачет

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость					
	Всего	По семестрам				...
		№ 5		№ семестра		
		ч.	ч., в форме ПП	ч.	ч., в форме ПП	
Аудиторные занятия	36	36				
в том числе:	лекции	18	18	-		
	практические	18	18	-		
	лабораторные					
Самостоятельная работа	72	72				
в том числе: курсовая работа (проект)						
Форма промежуточной аттестации (зачет)						
Итого:	108	108				

#### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	Инновационная экономика и ее черты. Технологические уклады. Цифровизация в современной экономике. Инновация и ее свойства. Теория инноваций Й.Шумпетера. Классификация инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Особенности маркетинговых инноваций. Основные показатели развития инновационной экономики. Формирование инновационного потенциала коммерческой организации.	
1.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	Ресурсы инновационного процесса. Формирование инновационной культуры. Модель продуктового цикла. Линейные модели инновационного процесса. Модель технологического толчка. Модель рыночного вызова. Диффузия инноваций. Интегрированные модели инновационного процесса. Нелинейный характер инновационных процессов. Гибридная модель сочетания офлайн и онлайн-магазинов	
1.3	Инновации в коммуникациях с клиентами и стратегия формирования лояльности	Инновационные подходы в работе с клиентами. Стратегия формирования лояльности клиентов. Инновационные методы привлечения и удержания клиентов. Разработка программ лояльности.	
1.4	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности. Ноу-хау и конфиденциальная информация. Лицензии и их виды. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.	
1.5	Проектный подход в реализации инноваций в коммерческой деятельности	Инновационный проект, его структура и основные элементы. Определение факторов риска внедрения инноваций и оценка их влияния на коммерческую деятельность. Направления инновационного совершенствования коммерческой деятельности, позволяющие снизить риски внедрения новаций.	

		Клиенториентированные стратегии и рост качества обслуживания.	
<b>2. Практические занятия</b>			
2.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	Инновационная экономика и ее черты. Технологические уклады. Цифровизация в современной экономике. Инновация и ее свойства. Теория инноваций Й.Шумпетера. Классификация инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Особенности маркетинговых инноваций. Основные показатели развития инновационной экономики. Формирование инновационного потенциала коммерческой организации.	
2.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	Ресурсы инновационного процесса. Формирование инновационной культуры. Модель продуктового цикла. Линейные модели инновационного процесса. Модель технологического толчка. Модель рыночного вызова. Диффузия инноваций. Интегрированные модели инновационного процесса. Нелинейный характер инновационных процессов. Гибридная модель сочетания офлайн и онлайн-магазинов	
2.3	Инновации в коммуникациях с клиентами и стратегия формирования лояльности	Инновационные подходы в работе с клиентами. Стратегия формирования лояльности клиентов. Инновационные методы привлечения и удержания клиентов. Разработка программ лояльности.	
2.4	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности. Ноу-хау и конфиденциальная информация. Лицензии и их виды. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.	
2.5	Проектный подход в реализации инноваций в коммерческой деятельности	Инновационный проект, его структура и основные элементы. Определение факторов риска внедрения инноваций и оценка их влияния на коммерческую деятельность. Направления инновационного совершенствования коммерческой деятельности, позволяющие снизить риски внедрения новаций. Клиенториентированные стратегии и рост качества обслуживания.	
<b>3. Лабораторные занятия</b>			
3.1			
3.2			

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	4	4		16	24
1.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	2	2		8	12
1.3	Инновации в коммуникациях с клиентами и стратегия формирования лояльности	4	4		16	24

1.4	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	4	4		16	24
1.5	Проектный подход в реализации инноваций в коммерческой деятельности	4	4		16	24
	Итого:	18	18		72	108

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

По данной дисциплине обучение проводится с использованием дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)). При работе по написанию конспектов лекций необходимо обязательно использовать учебник, указанный в перечне основной литературы, находящийся в ЭБС в открытом доступе (см. основную литературу в программе).

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает: ознакомление и проработку рекомендованной учебной литературы, подготовку к выполнению практических и контрольной работ по материалам курса; подготовку к сдаче тестов по разделам дисциплины и итоговой промежуточной аттестации. Частью самостоятельной работы, необходимой для изучения дисциплины, является регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, статистическими данными из официальных источников в Интернете. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект содержания материала с фиксированием библиографических данных источника.

Для выполнения практических заданий необходимо пользоваться указанными в электронном курсе гиперссылками и ссылками на сайты в Интернете. Ответы на вопросы практических заданий формулируйте кратко, ясно выражая мысли о существенных аспектах, не отвлекаясь на малозначимые детали. Краткость изложения ориентирует ваш ответ на выявление наиболее существенного и важного.

Для выполнения контрольной работы необходимо вначале раскрыть теоретическую часть темы, в том числе четко определить основные понятия и категории, а во второй части найти и обосновать актуальные практические проблемы по теме работы, обращая внимание на значимые факты и официальные данные статистики преимущественно об экономике нашей страны, и далее описать пути решения этих проблем, основываясь на дискуссии ученых и специалистов, представленную в литературе и Интернете (см. доп. литературу в программе).

#### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Никитина Л. Л. Инновации в торговой деятельности : учебное пособие : / Л. Л. Никитина, О. Е. Гаврилова ; Казанский национальный исследовательский технологический институт. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2019. – 100 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=683813">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=683813</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Абрамс Р. Бизнес-план на 100%=Successful Business Plan: Secrets & Strategies: стратегия и тактика эффективного бизнеса : практическое пособие : [16+] / Р. Абрамс. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 486 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279292">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279292</a>

3	Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 279 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621640">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621640</a>
4	Бугаев, Л. Мобильный маркетинг: как зарядить свой бизнес в мобильном мире : практическое пособие : [16+] / Л. Бугаев ; ред. Ю. Быстрова. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 214 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=254640">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=254640</a>
5	Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 170 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710077">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710077</a> (дата обращения: 12.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.
6	Ласкина Л. Ю. Оценка и управление рисками в инновационной деятельности : учебное пособие : [16+] / Л. Ю. Ласкина, Л. В. Силакова ; Университет ИТМО. – Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2019. – 68 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=566785">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=566785</a>
7	Михайлов О. В. Go Global: 7 шагов к завоеванию международного рынка : практическое пособие : [16+] / Михайлов Ованес Викторович. – Москва : СилаУма-Паблишер, 2019. – 217 с. : ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=617184">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=617184</a>
8	Остапенко Г. Ф. Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие / Г. Ф. Остапенко, В. Д. Остапенко. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 160 с. : ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684225">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684225</a>
9	Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, В. В. Синяев, О. Н. Романенкова ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573403">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573403</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
1	<a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a>
2	<a href="http://www.lib.vsu.ru">http://www.lib.vsu.ru</a>
3	<a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
4	<a href="http://www.e-library.ru">http://www.e-library.ru</a>
5	<a href="http://www.ibooks.ru">http://www.ibooks.ru</a>

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Дайнеко В.Г. Инновационная экономика : [учебно-методическое пособие] : [для бакалавров очной формы обучения (направление 38.03.01 Экономика, профиль "Коммерция")] / В.Г. Дайнеко ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж : Экономический факультет Воронежского государственного университета, 2016. — 30 с. <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-152.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-152.pdf</a> >.
2.	Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество : практическое пособие : [16+] / Д. Шоул ; ред. В. Григорьева ; пер. И. Евстигнеева. – 8-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 347 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279725">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279725</a>

**17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):** Дисциплина реализуется с элементами электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в рамках электронного курса (ЭК), размещенного на портале «Электронный университет ВГУ» (<https://edu.vsu.ru/>). ЭК включает учебные материалы для самостоятельной работы обучающихся, а также обеспечивает возможность проведения контактных часов/аудиторных занятий в режиме онлайн. Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий. Программное обеспечение: ОС Windows 8 (10), интернет-браузер (Chrome, Яндекс.Браузер, Mozilla Firefox). ПО Adobe Reader; пакет стандартных офисных приложений для работы с документами, таблицами (MS Office, МойОфис, LibreOffice).

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория / специальное помещение для занятий лекционного типа	Мультимедиа-проектор, экран для проектора, ПК, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)
Учебная аудитория – компьютерный класс	Компьютеры с выходом в сеть Интернет, мультимедиа-проектор, экран для проектора, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска) ПО: Windows 10 (лицензионное ПО); LibreOffice (свободное и/или бесплатное ПО); Adobe Reader (свободное и/или бесплатное ПО); Notepad ++ (свободное и/или бесплатное ПО); 7-zip (свободное и/или бесплатное ПО); Mozilla Firefox (свободное и/или бесплатное ПО).
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры с выходом в сеть Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)

## 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Инновационная экономика и основные показатели ее развития.	ПК-2	ПК-2.3	Тест № 1
2.	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности.	ПК-2	ПК-2.3	Контрольная работа
	Инновации в коммуникациях с клиентами и стратегия формирования лояльности	ПК- 3	ПК- 3.3	практическое задание № 1
3.	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности.	ПК- 3	ПК- 3.3	практическое задание № 2
4.	Проектный подход в реализации инноваций в коммерческой деятельности .	ПК- 3	ПК- 3.3	практическое задание № 3
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет_____				Перечень вопросов

## 20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### **20.1.1 Перечень практических заданий**

Практическое задание №1.

Используя инструменты визуализации, составьте карту пути клиента (Customer Journey Map) на основе собственного опыта взаимоотношений с фирмой, т. е. опишите собственный опыт коммуникаций с одной из фирм, покупателем которой являетесь продолжительное время. Эту историю коммуникаций с компанией отразите с учётом целей, мыслей, эмоций, мотивов (агентируйась на точках контакта).

Практическое задание № 2. Используя открытые данные сети «Интернет», проведите патентный анализ интеллектуальной собственности, используя методологию патентного картирования, фокусируясь на определенной технологии в коммерческой деятельности или продукте в целом.

Практическое задание № 3. Используя открытые данные сети «Интернет», проведите патентный анализ интеллектуальной собственности, используя методологию патентного картирования, фокусируясь на определенной технологии в коммерческой деятельности или продукте в целом.

На основе сбора информации в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» по направлениям коммерческой деятельности сделайте сравнительный анализ затрат на различные инновации, сопоставьте стоимость разработки и внедрения 2-3 новаций, используя известные практики, определите особенности структуры затрат, представьте сравнение в форме таблицы.

Практические задания выполняются в виде письменного ответа.

Для оценивания результатов практического задания используются следующие критерии: 1) раскрыты все вопросы задания, 2) в тексте должно быть ясное и краткое отражение содержания ответа и аргументированные выводы. Для оценивания результатов применяется шкала: «зачтено» (соответствие обоим критериям), «незачтено» (не выполнены два критерия).

### **20.1.2 Тестовые задания**

Пример тестового задания:

Задание 1.

Что характеризует инновационную экономику?

- 1. воспроизводство знаний и их масштабная коммерциализация**
2. капиталовложения в добывающие отрасли
3. рост сферы услуг
4. экстенсивный тип воспроизводства

Задание 2.

Как называется тип инноваций, связанный с небольшими модификациями изменениями в дизайне продукта?

- 1. псевдоинновации**
2. базисные инновации
3. улучшающие инновации
4. процессные

Задание 3.

Что является исходным этапом в модели рыночного вызова?

- 1. изучение спроса и выявление скрытых потребностей клиентов**
2. фундаментальные научные исследования

3. прикладные исследования и опытно-конструкторские разработки
4. разработка технологии

Задание 4.

К какой разновидности интеллектуальной собственности относится новое конструктивное решение продукта?

1. **полезная модель**
2. промышленный образец
3. изобретение
4. технический образец

Задание 5.

Какие процессы не обеспечивают формирование собственного инновационного потенциала фирмы?

1. **проведение НИОКР**
2. спонсорство
3. покупка лицензии на патент
4. приобретение инновационных малых фирм

Задание 6.

Непосредственной задачей программы лояльности является:

1. **совершение повторных покупок**
2. стимулирование интереса к продукции
3. установление обратной связи
4. информирование о новом товаре

### 20.1.3 Перечень заданий для контрольных работ

1. Этапы развития инноваций в торговле потребительскими товарами и услугами.
2. Повышение качества обслуживания клиентов на основе применения инноваций.
3. Инновационный климат предприятия
4. Организационные предпосылки и условия внедрения нововведений.
5. Инновационные технологии в сервисе
6. Факторы риска инновационной деятельности.
7. Инновационные подходы в организации продаж. Омниканальность и его реализация в коммерческой деятельности.
8. Инновационные направления в коммерческой деятельности. Гибридная модель сочетания офлайн и онлайн-магазинов.
9. Инновационные формы многоканального обслуживания.
10. Развитие инноваций в розничной торговле в условиях цифровизации.
11. Инновации в оптовой торговле.
12. Цифровые технологии в розничной торговле.
13. Применение искусственного интеллекта в коммерческой деятельности.
14. Автоматизация коммерческих процессов в современных магазинах.
15. Инновации в расчетах, использование технологии смарт-контрактов.
16. Инновации в идентификации и доставке товаров. Опыт применения радиочастотной идентификации продукции в коммерческой деятельности.
17. Психологические проблемы организации инновационного процесса.
18. Теоретическое обоснование инновационных решений в коммерческой деятельности.
19. Инновационный подход к рекламе в коммерческой деятельности.
20. Инновационный проект: основные этапы его функционирования и реализации.
21. Методологические основы формирования и виды инновационных стратегий.

22. Формирование инновационных стратегий предприятия.
23. Перспективы венчурного инвестирования в РФ.
24. Рынок интеллектуальной собственности в РФ.
25. Особенности развития рынка интеллектуальной собственности в развитых странах.
26. Теоретические и методологические основы патентного анализа и прогнозирования.
27. Риски инновационных проектов в коммерческой деятельности.
28. Подходы к снижению инновационных рисков в коммерческой деятельности.
29. Бизнес - план при разработке и продвижении инноваций.
30. Влияние внедрения инноваций на эффективность коммерческой деятельности.
31. Инновационные услуги Интернет провайдеров.
32. Инновационное развитие логистических провайдеров.

Контрольная работа выполняется в виде письменного ответа с последующим докладом на практическом занятии.

Для оценивания контрольных работ используются следующие показатели:

1. характеристика теоретических основ по выбранной теме и отражение ее основных категорий и понятий;
2. выявление актуальных проблем;
3. сравнительный анализ практик и опыта применения инновационных подходов и технологий в контексте выбранной темы, умение определить эффективные практики.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется шкала: «зачтено» (соответствие всем критериям), «незачтено» (не выполнены три критерия).

## **20.2 Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» проводится в одном из следующих форматов: а) по итогам текущей аттестации в семестре при выполнении практических заданий и контрольной работы и получении по ним оценки «зачтено», и по итогам теста с уровнем правильных ответов не ниже 50%, выставляется на последнем занятии зачет; б) если обучающийся не получил положительной оценки по итогам текущей аттестации, зачет выставляется по результатам ответа по КИМ по критериям, описанным в п.20.2.2 (см. ниже). Контрольно-измерительные материалы предназначены для тех обучающихся, которые по результатам текущих аттестаций в семестре не получили зачет (в связи с их невыполнением или неудовлетворительным выполнением заданий, неудовлетворительными оценками по тестированию).

Перечень вопросов утверждается на кафедре, КИМ формируется в соответствии с утвержденным перечнем вопросов, включает один из них.

### **20.2.1 Перечень вопросов к зачету:**

1. Инновационная экономика и ее черты.
2. Технологические уклады. Цифровизация в современной экономике.
3. Инновация и ее свойства. Теория инноваций Й.Шумпетера.
4. Классификация инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Особенности маркетинговых инноваций.
5. Основные показатели развития инновационной экономики.
6. Формирование инновационного потенциала коммерческой организации.
7. Ресурсы инновационного процесса. Формирование инновационной культуры.
8. Модель продуктового цикла. Линейные модели инновационного процесса. Модель технологического толчка.
9. Модель рыночного вызова. Диффузия инноваций.

10. Инновационные подходы в работе с клиентами. Стратегия формирования лояльности клиентов.
11. Инновационные методы привлечения и удержания клиентов.
12. Разработка программ лояльности.
13. Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности. Ноу-хау и конфиденциальная информация.
14. Лицензии и их применение в коммерческой деятельности. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.
15. Инновационный проект, его структура и основные элементы.
16. Определение факторов риска внедрения инноваций и оценка их влияния на коммерческую деятельность.
17. Направления инновационного совершенствования коммерческой деятельности, позволяющие снизить риски внедрения новаций.
18. Клиентоориентированные стратегии и рост качества обслуживания.

### **20.2.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации**

КИМ формируется в соответствии с утвержденным перечнем вопросов (перечень вопросов к зачету), включает один из них.

Пример КИМ:

КИМ № 1

**Направление подготовки / специальность:** 38.03.01 Коммерческая деятельность и бизнес-риски

**Дисциплина:** Инновации в коммерческой деятельности

**Форма обучения:** очная

**Вид контроля:** зачет

**Вид аттестации:** промежуточная

#### **Контрольно-измерительный материал №1**

1. Инновационная экономика и ее черты.

Преподаватель \_\_\_\_\_  
*подпись      расшифровка подписи*

Описание технологии проведения

Обучающемуся выдается КИМ, содержащий один вопрос. Вначале в течение 15-20 минут обучающийся письменно излагает свой ответ на листах ответа на КИМ, затем устно раскрывает теоретические вопросы. Преподаватель вправе анализировать написанный ответ и задавать дополнительные вопросы, в том числе по темам, которые были пропущены обучающимся без уважительных причин.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания.

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

1. знание теоретических основ и основных категорий инновационной экономики, инноваций в коммерческой деятельности;
2. владение понятийным аппаратом и понимание основных законов инновационного процесса, внедрения новшеств в коммерческой деятельности;

3. умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется шкала: «зачтено» (соответствие всем критериям), «незачтено» (не выполнены три критерия).

### **20.3 Фонд оценочных средств сформированности компетенций студентов, рекомендуемый для проведения диагностических работ**

#### **1) тестовые задания (закрытого типа среднего уровня сложности)**

##### Задание 1

Что характеризует инновационную экономику?

5. воспроизводство знаний и их масштабная коммерциализация
6. капиталовложения в добывающие отрасли
7. рост сферы услуг
8. экстенсивный тип воспроизводства

Ответ: 1

##### Задание 2

Как называется тип инноваций, связанный с небольшими модификациями изменениями в дизайне продукта?

5. псевдоинновации
6. базисные инновации
7. улучшающие инновации
8. процессные

Ответ: 1

##### Задание 3

Что является исходным этапом в модели рыночного вызова?

5. изучение спроса и выявление скрытых потребностей клиентов
6. фундаментальные научные исследования
7. прикладные исследования и опытно-конструкторские разработки
8. разработка технологии

Ответ: 1

##### Задание 4

К какой разновидности интеллектуальной собственности относится новое конструктивное решение продукта?

5. полезная модель
6. промышленный образец
7. изобретение
8. технический образец

Ответ: 1

##### Задание 5

Какие процессы не обеспечивают формирование собственного инновационного потенциала фирмы?

5. проведение НИОКР
6. спонсорство
7. покупка лицензии на патент
8. приобретение инновационных малых фирм

Ответ: 1

#### Задание 6

Непосредственной задачей программы лояльности является:

5. совершение повторных покупок
6. стимулирование интереса к продукции
7. установление обратной связи
8. информирование о новом товаре

Ответ: 1

#### Задание 7

К какой группе относится марка розничной сети "Пятерочка"?

1. частная марка
2. сетевая марка
3. лицензионная марка
4. кобрендинговая марка

Ответ: 1

#### Задание 8

К инновационным средствам стимулирования сбыта и увеличения продаж относится один из инструментов:

1. организация программ геймификации
2. продажа по льготной цене
3. пресс-релизы
4. пресс-конференции

Ответ: 1

#### Задание 9

Основной стратегической целью маркетинга лояльности является:

1. нацеленность на продолжительное сотрудничество, долгосрочное взаимовыгодное взаимодействие с потребителями
2. привлечение клиентов агрессивной рекламой
3. получение максимальной выгоды для фирмы
4. ориентация прежде всего на осуществление транзакций

Ответ: 1

#### Задание 10

Каково основное содержание бенчмаркинга?

1. изучение опыта передовых фирм
2. анализ патентов
3. исследование рынка

#### 4. анализ потребительского поведения целевой аудитории

Ответ: 1

##### Задание 11

Особенность тизерной рекламы заключается в том, что в сообщении имеется:

1. загадочность, интрига
2. точные сведения о товаре
3. скрытая информация о конкурентах
4. ссылка на сайт фирмы

Ответ: 1

#### 2) тестовые задания (открытого типа среднего уровня сложности)

##### Задание 12

Как называется элемент программы лояльности, если покупателю зачисляется определенный процент от стоимости покупки на карту и затем конвертируется в скидки для дальнейших приобретений?

Ответ: бонус.

##### Задание 13

Как называется отличительный символ, обозначение бренда, позволяющее идентифицировать продукт и связать его с конкретным производителем или поставщиком?

Ответ запишите строчными буквами, БЕЗ пробела, в виде словосочетания (прилаг. + сущ.), в единственном числе, именительном падеже.

Ответ: торговая марка

##### Задание 14

Как называется документ, раскрывающий содержание клиентского опыта при прохождении точек контакта потребителя с фирмой?

Ответ: карта пути покупателя

##### Задание 15

. Как называется документ, разрабатываемый для реализации стратегии повышения лояльности потребителей?

Ответ: программа лояльности

##### Задание 16

Как называются одним термином использование игровых механик для увеличения вовлеченности потребителей?

Ответ: геймификация

Задания раздела 20.3 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины.