

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет управления и экономико-технологического образования  
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»  
Проректор по учебной работе  
Ю. А. Жадаев  
« 20 » 2016 г.



## Маркетинг интеллектуальных продуктов

Программа учебной дисциплины  
Направление 38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль «Маркетинг»

*заочная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования  
«30» июля 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ «30» июля 2016 г.  
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «19» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета \_\_\_\_\_ «19» августа 2016 г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
«19» августа 2016 г., протокол № 1

**Отметки о внесении изменений в программу:**

Лист изменений № <u>1</u>	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)

**Разработчики:**

Латышев Денис Валентинович, к.п.н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Маркетинг интеллектуальных продуктов» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 мая 2016 г., протокол № 13).

## 1. Цель освоения дисциплины

Дополнить полученные в курсе «Маркетинг» теоретические знания изучением возможностей практического их использования в основных сферах интеллектуальной деятельности и сформировать цельную систему маркетинговой составляющей управления, обеспечивающую достижение предприятием (организацией, фирмой, субъектом) поставленных целей в области интеллектуальной деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг интеллектуальных продуктов» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Маркетинг интеллектуальных продуктов» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Организация продаж», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Реклама», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг образовательных услуг», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое консультирование», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация продаж», «Организация связей с общественностью», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Промышленный маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Управление маркетингом», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Преддипломная практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

### В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать**

- основы возникновения и развития рынка интеллектуальных продуктов;
- субъекты и объекты рынка интеллектуальных продуктов, основные проблемы разработки и продвижения нового продукта;
- институциональную структуру рынка интеллектуальных продуктов, основы международно-правового регулирования авторских и смежных прав, патентного права;

#### **уметь**

- дать характеристику рынка интеллектуальных продуктов, его субъектам и объектам;
- разрабатывать маркетинговые стратегии и программы в сфере интеллектуальных продуктов;
- оценить возможности продвижения интеллектуального продукта с позиции законодательного обеспечения и защиты;

**владеть**

- навыками организации маркетинговой деятельности в области интеллектуальной собственности;
- методиками разработки планов и программ маркетинга интеллектуальных продуктов.

**4. Объём дисциплины и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3л / 4з
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	16	8 / 8
В том числе:		
Лекции (Л)	8	8 / –
Практические занятия (ПЗ)	8	– / 8
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
<b>Самостоятельная работа</b>	88	28 / 60
<b>Контроль</b>	4	– / 4
Вид промежуточной аттестации		– / ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		36 / 72
		1 / 2

**5. Содержание дисциплины****5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Сущность и особенности маркетинга интеллектуальных продуктов	Сущность интеллектуального продукта. Жизненный цикл интеллектуального продукта. Принципы организации маркетинга интеллектуальных продуктов. Основные маркетинговые стратегии продвижения интеллектуального продукта. Применение комплекса маркетинга на рынке интеллектуальных продуктов. Роль и место интеллектуальной собственности в развитии общества.
2	Рынок интеллектуальных продуктов. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке интеллектуальных продуктов	Конкуренция на рынке образовательных продуктов. Сегментация рынка интеллектуальных продуктов. Источники и способы сбора информации на рынке ИП. Особенности организации маркетинговых исследований на рынке интеллектуальных продуктов. Субъекты и объекты рынка интеллектуальной собственности. Объект рынка ИС. Институциональная структура рынка интеллектуальных продуктов.
3	Виды и особенности интеллектуальных продуктов	Особенности регулирования прав на товарные знаки. Виды договоров при осуществлении операций с интеллектуальной собственностью. Подготовка, оформление и использование лицензионных соглашений. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Мерчандайзинг прав интеллектуальной собственности. Объекты промышленной собственности. Определение, видовой

		состав патентной документации и ее особенности. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав.
4	Регулирование рынка интеллектуальных продуктов	Международно-правовое регулирование авторских прав. Международно-правовая охрана смежных прав. Международно-правовое сотрудничество в области патентного права. Объекты ИС в российском законодательстве.

## 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Сущность и особенности маркетинга интеллектуальных продуктов	2	2	–	22	26
2	Рынок интеллектуальных продуктов. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке интеллектуальных продуктов	2	2	–	22	26
3	Виды и особенности интеллектуальных продуктов	2	2	–	22	26
4	Регулирование рынка интеллектуальных продуктов	2	2	–	22	26

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 6.1. Основная литература

1. Сычев А.Н. Защита интеллектуальной собственности и патентование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сычев А.Н.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2012.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13880>.— ЭБС «IPRbooks».

### 6.2. Дополнительная литература

1. Резепова В.Е. Право интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепова В.Е.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009.— 89 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1463>.— ЭБС «IPRbooks».

## 7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).
2. Информационно-справочная система "Гарант".
3. ЭБС Лань (<http://e.lanbook.com/>).

## 8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
2. Графический редактор.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Маркетинг интеллектуальных продуктов» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий.
2. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Маркетинг интеллектуальных продуктов» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме , зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

## **11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний,

обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной

аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг интеллектуальных продуктов» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.