

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ»**

ОПОП по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Государственное и муниципальное управление в отрасли физической культуры и спорта

Заочная форма обучения

3 курс 5 семестр

(на 20__/__ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоймость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
Базовый модуль					
1		Лекция №1. Характеристика понятия «маркетинг инноваций», его особенности и основные принципы.			
2		Семинар №1. Сущность и содержание понятия «инновации», роль инноваций в бизнесе.			
3		Семинар №2. Особенности управления инновациями.			
4		Текущий контроль 1. Сущность и содержание понятия «инновации», их функции. Письменный опрос.	3/10	3/10	2
5		Лекция №2. Основные направления маркетинга инноваций в социальной сфере.		3/10	
6		Текущий контроль 2. Разработка комплекса маркетинга инноваций в социальной сфере. Устный опрос. Дискуссия.	3/10	6/20	2
7		Семинар №3. Разработка комплекса маркетинга инноваций в социальной сфере.		6/20	
8		Текущий контроль 3. Международные экономические отношения в сфере маркетинга инноваций в социальной сфере. Устный опрос. Дискуссия.	2/10	8/30	2
Контрольная работа			15/30!	23/60	20
Рубежный контроль – письменный опрос			5/10	28/70	2
Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	50/100	6
Итоговая сумма баллов за 5 семестр			50/100	100	
* 10 часов отводится на интерактивные занятия					

Дополнительный модуль (3 курс 5 семестр)

№	Сроки	Виды деятельности	Количество
---	-------	-------------------	------------

п.п.	проведения		баллов
1	По расписанию преподавателя	Сущность и содержание понятия «инновации», их функции; особенности управления инновациями.	10
2		Маркетинговые исследования рынка инноваций. Разработка комплекса маркетинга инноваций.	10
3		Спорт как объект маркетинговой деятельности.	10
4		Цели и задачи маркетинга инноваций в социальной сфере.	10
5		Разработка комплекса маркетинга инноваций в социальной сфере.	10
Итого:			50