

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:24

Уникальный идентификатор: ef5a4fe6ed0ffdf371a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f9bca882b8d602

Направление подготовки - 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) - «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Маркетинг инноваций»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности участвовать в управлении товарной политикой компании на основе анализа рыночной информации.

Задачи дисциплины:

- снабжение обучающихся суммой знаний, необходимых для уяснения целей, предмета, понятия и классификации инноваций.
- развитие навыков анализа рыночной информации для формирования предложения по совершенствованию товарной политики;
- формирование навыков подготовки предложений по совершенствованию товарной политики.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине: базовые знания по экономике предприятия, поведению потребителей, международному маркетингу; умение собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию; имеет опыт принятия стратегически важных решений.

Результатом освоения дисциплины является формирование подкомпетенции ПК-5.Мин.

3. Краткое содержание дисциплины

Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая. Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в современной экономике. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций. Современные бизнес-модели маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий. Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций. Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей. Тенденции модернизации маркетинга наукоёмких изделий. Латеральный подход как креативный метод эффективного маркетинга. Холистический маркетинг – путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса. Социально-этический маркетинг и его роль в создании инноваций. Маркетинговые инструменты разработки продуктовой инноваций в технологичных отраслях. Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание. Ассортиментная политика фирм-новаторов. Управление затратами и ценами инноваций. Система товародвижения инновационной продукции. Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере. Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса. Организация маркетинга в инновационной компании.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедры МиУП, к.э.н. Марина О.А.