

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

(название учебной дисциплины)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки _____ 27.03.05 Инноватика _____
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Управление инновациями (по отраслям и сферам экономики)
(наименование профиля подготовки)

	Форма обучения
	Очная
Курс	2
Семестр	3
Лекции, часы	34
Практические занятия, часы	34
Зачет, семестр	3
Контактная работа по учебным занятиям, часы	68
Самостоятельная работа, часы	76
Всего часов / зачетных единиц	144/4

1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о маркетинговой деятельности в инновационной сфере, социально-экономической сущности маркетинга и его инструментарии, навыков творческого мышления, умения логически рассуждать, делать выводы и обобщения.

2 Планируемые результаты изучения учебной дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- содержание основных понятий и категорий теории инноваций,
- сущность, основные понятия и категории маркетинга,
- концепции маркетинга,
- принципы маркетинга,
- функции маркетинга,
- инструментарий маркетинга,
- содержание, цели и задачи маркетинговых исследований,
- значение маркетинга для инновационно-активной организации,
- отличительные особенности маркетинга в инновационной сфере,
- маркетинговые стратегии.

уметь:

- анализировать явления и процессы в инновационной сфере,
- использовать маркетинг в практической деятельности инновационно-активных организаций,
- проводить исследование и сегментирование рынка,
- разрабатывать товарную, ценовую, коммуникационную политику и политику распределения,
- логически мыслить и рассуждать,

- делать выводы и обобщения,
- управлять маркетинговой деятельностью инновационно-активной организации.

владеть:

- методами проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере,
- методами принятия рациональных хозяйственных решений.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций:

ПК-3: Способен управлять программами и проектами по созданию, развитию, продвижению на рынок инновационных продуктов (товаров, работ, услуг) и коммерциализации результатов инновационной деятельности.

4 Образовательные технологии

Традиционные, проблемные / проблемно-ориентированные, расчетные.

