

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Попов Анатолий Николаевич
 Должность: директор
 Дата подписания: 18.05.2021 09:30:55
 Уникальный программный ключ: 1e0c38dcc0aee73cee1e5c09c1d5873fc7497bc8

Аннотация рабочей программы дисциплины
направление 27.03.05 Инноватика
направленность (профиль) «Управление инновациями»
Дисциплина: Б1.Б.24Маркетинг инноваций

Цель изучения дисциплины «Маркетинг инноваций» состоит в освоении научных и эмпирических знаний о возможностях эффективного использования производственных ресурсов в условиях современной рыночной экономики. Целями изучения является создание у студентов основы экономических знаний, формирование самостоятельного мышления как базы дальнейшего профессионального роста.

Основной задачей изучения дисциплины является познание теоретических основ функционирования экономических систем: механизма макроэкономического равновесия, стабилизационной политики государства, факторов экономического роста, экономического выбора производителей и потребителей, а также формирование и эволюцию современной экономической мысли.

4.1 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	
ОПК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	
Знать:	
Уровень 1	важнейшие понятия, связанные с маркетингом инноваций;
Уровень 2	этапы инновационного процесса;
Уровень 3	формы организации маркетинговой деятельности
Уметь:	
Уровень 1	анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических
Уровень 2	применять методы и инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для разработки
Уровень 3	организовать службу маркетинга в инновационно-ориентированной компании
Владеть:	
Уровень 1	навыками проведения анализа предметной области и представления результатов для аудитории
Уровень 2	формами организации маркетинговой деятельности в инновационно-ориентированных компаниях
Уровень 3	способностью решения технико-экономических задач и приёмами анализа инновационных проектов
ПК-9: способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования	
Знать:	
Уровень 1	Аудит в инновационной сфере
Уровень 2	Виды основных рисков на отечественном и зарубежном рынке инноваций
Уровень 3	Методы оценки рисков
Уметь:	
Уровень 1	ориентироваться в рыночной среде
Уровень 2	работать с нормативной документацией
Уровень 3	анализировать портфель инновационного проекта
Владеть:	
Уровень 1	методы и критерии оценки инновационных проектов
Уровень 2	способностью разработки стратегии бизнеса
Уровень 3	методы расчета затрат на реализацию инновационного проекта

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Содержание и сущность инновационного маркетинга

Инновационный продукт. Классификация инноваций

Роль инноваций в социально-экономическом развитии, технологические уклады экономики

Инновации как продукт обмена на рынке. Основные понятия

Новинка и ее восприятие

Раздел 2 Рынок инноваций

Формирование и распространение инноваций. Предпосылки создания рынка инноваций

Государственное регулирование рынка инноваций

Специфика функционирования рынка инноваций. Факторы развития рынка инноваций

Раздел 3 Покупатели на рынке инноваций

Характеристика инновационного спроса

Специфика покупательского поведения на рынках инноваций

Раздел 4 Поставщики и продавцы на рынке инноваций

Сущность и виды инновационных организаций

Маркетинговое сопровождение инновационных продуктов

Формы и методы взаимодействия субъектов на рынке инноваций

Раздел 5. МИС и маркетинговые исследования на рынке инноваций

Маркетинговая информационная система на инновационном предприятии

Бенчмаркинг как метод маркетинговых исследований и формирования системы знаний инновационного предприятия

Раздел 6. Маркетинговые стратегии на рынке инноваций

Стратегическое планирование инновационной деятельности

Маркетинговое управление инновационными проектами. Планирование процесса создания и реализации инноваций

Раздел 7. Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий

Планирование затрат и формирование цены в процессе трансфера технологий

Раздел 8. Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности

Стратегии выходы на новые рынки

Формирование замысла, исследование инвестиционных возможностей

Оценка эффективности инновационных проектов

Раздел 4. Самостоятельная работа

Подготовка к лекциям

Подготовка к практическим занятиям

Подготовка к экзамену

Формы текущего контроля успеваемости: дискуссия, контрольная работа, тестирование.

Формы промежуточной аттестации: зачет (5/3),

Трудоемкость дисциплины: 53Е.