

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы маркетинга инноваций»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень прикладного бакалавриата)

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Основы маркетинга инноваций» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 8.

1. Маркетинг и инновации. Задачи и специфика маркетинга в инновационной сфере.

2. Инновации как товар. Основы управления программой внедрения продуктовых инноваций. Специфика инноваций. Их классификация.

Потребительские ценности инновационных продуктов. Основы управления программой внедрения продуктовых инноваций.

3. Маркетинговые аспекты процесса создания новинок. Основы управления инновационными проектами.. Инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители инновационных продуктов.

Маркетинговое тестирование новинок. Основы управления инновационными проектами..

4. Рынок инноваций. Оценка воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Формы сотрудничества партнеров в бизнесе. Методы нейтрализации предпринимательских рисков. Оценка конкурентоспособности и принципы ведения высококонкурентного бизнеса. Рынок инноваций. Оценка воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Формы сотрудничества партнеров в бизнесе. Методы нейтрализации предпринимательских рисков. Оценка конкурентоспособности и принципы ведения высококонкурентного бизнеса.

5. Продвижение инноваций.. Барьеры восприятия новинок потребителями.

Методы и приемы продвижения новинок на рынок..

6. Ценообразование в сфере инноваций. Проблемы ценообразования.

Ценовые стратегии на рынке инноваций.

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Директор ИЭиУ

С.А. Тузовская

И.Н. Сычева