

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг инноваций»

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

**Направленность (профиль):** Управление малым бизнесом

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

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет.

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ПК-7.2: Применять методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок;
- ПК-7.4: Разрабатывать стратегию реализации организационных изменений;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Маркетинг инноваций» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очно - заочная. Семестр 10.**

**1. Инновации как товар. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.** Специфика инноваций. Их классификация.

Потребительские ценности инновационных продуктов. Основы управления программой организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.

**2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций..** Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций..

**3. Стратегии реализации организационных изменений.** Рынок инноваций. Оценка воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Разработка стратегий реализации организационных изменений.

**4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок.** Барьеры восприятия новинок потребителями. Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок.

**5. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.** Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций..

Разработал:  
старший преподаватель  
кафедры М

Н.Н. Кузьмина

Проверил:  
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева