

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02. «Маркетинг инноваций»

по направлению подготовки: 27.04.07 «Наукоемкие технологии и экономика инноваций»

по профилю/программе: Управление инновациями и организация наукоемких производств

Квалификация выпускника: Магистр

Выпускающая кафедра: «Экономики и управления инновациями»

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Экономики и управления инновациями»

1. Цели освоения дисциплины

- а) изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий,
- б) понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводами и продвижением на рынок инноваций,
- в) выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

2. Содержание дисциплины Б1.В.ДВ.03.02. «Маркетинг инноваций»

Тема 1. Методы генерации идей в организации

Тема 2. Восприятие инноваций в организации

Тема 3. Диффузия инноваций и жизненный цикл товара (ЖТЦ)

Тема 4. Восприятие потребителем инноваций

Тема 5. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок

Тема 6. Инновационный маркетинг

Тема 7. Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети

Тема 8. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен

1) Знать:

- а) содержание процессов управления инновационными продуктами, современные задачи совершенствования методологии управления инновациями;
- б) основы продукт-менеджмента;
- в) содержание процедур планирования и маркетинга продуктов;
- г) потребительские свойства и требования к качеству инновационных продуктов в сфере профессиональной деятельности потенциальные рынки сбыта и каналы продвижения инновационных продуктов.

2) Уметь:

- а) проводить научные исследования в сфере управления инновациями; использовать результаты научных исследований в процессе совершенствования национальных и региональных инновационных систем, а также в рамках повышения эффективности инновационного менеджмента предприятий;
- б) планировать производство и реализацию продукта на всех стадиях его жизненного цикла;
- в) осуществлять маркетинговое продвижение инновационных продуктов.

3) Владеть:

- а) методологией управления инновациями;
- б) известными методами научного исследования, позволяющими совершенствовать методологию управления инновациями;
- в) технологиями планирования и маркетинга продуктов;
- г) методами маркетинговых исследований спроса и конкуренции

Зав. Кафедрой ЭУИ



А.Н.Дырдонова