

**АННОТАЦИЯ**  
к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинг инновационных проектов»

**Направление подготовки** 27.04.05 Инноватика

**Профиль** Инноватика

**Квалификация выпускника** магистр

**Нормативный период обучения** 2 года

**Форма обучения** очная

**Год начала подготовки** 2021

**Цель изучения дисциплины:** достижение и формировании у студентов знаний сфере применения маркетинговых подходов, методов и решений для активизации инновационной деятельности предприятий, а также их анализа и прогнозирования с учетом особенностей рынка.

**Задачи изучения дисциплины:**

- Знать теоретические основы инновационного маркетинга;
- Знать цели и функции маркетинга;
- Формировать коллективы для организации деятельности маркетинговой службы;
- Уметь определять конкурентоспособность продукции;
- Изучить терминологию в области инновационного маркетинга;
- Знать основы тактического и стратегического инновационного маркетинга;
- Разрабатывать инновационную стратегию развития организации;
- Уметь анализировать влияние факторов внутренней и внешней среды;
- Знать стратегии ценообразования на инновационную продукцию;
- Уметь рассчитывать цену нового продукта;
- Иметь понятие о позиционировании нового продукта, о влиянии спроса и предложения на продажи продукта;
- Знать коммуникации в маркетинге;
- Иметь понятие о маркетинговом управлении инновационной фирмой;
- Иметь понятие об информационном обеспечении маркетинговых процессов;
- Знать организацию системы сбыта нового продукта: выбор схемы сбыта и торговых посредников;
- Знать основы брендинга и повышения конкурентоспособности бренда;
- Знать преимущества прямого и интерактивного маркетинга.

**Перечень формируемых компетенций:**

ПК-1 - Способен разрабатывать продуктовую стратегию на основе анализа тенденций развития рынка и исследуемого научно-технического направления; выявлять конкурентные преимущества продукции и прогнозировать ее рыночный потенциал

ПК-3 - Способен осуществлять технико-экономическое обоснование инновационной деятельности, оценивать целесообразность реализации инновационного проекта и потребность в ресурсах, определять возможности финансирования проекта, анализировать факторы риска и барьеры выхода на рынок

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 з.е.

**Форма итогового контроля по дисциплине:** Зачет с оценкой