

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг в инновационной сфере»

Направление подготовки 27.03.05 ИННОВАТИКА

Профиль

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2017

Цель изучения дисциплины:

В достижении 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:

ОК-6 - способностью работать в коллективе толерантно воспринимать социальные, этнические и конфессиональные и культурные различия

ОПК-6 - способностью к работе в коллективе, организации работы малых коллективов (команды) исполнителей

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен