

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Стратегический и инновационный маркетинг»

Направление подготовки 38.04.01 ЭКОНОМИКА

Профиль Экономика предпринимательства

Квалификация выпускника Магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 5 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2017

Цель изучения дисциплины: формирование у магистров современного экономического мышления, получение теоретических знаний по основам инновационного маркетинга, освоение методологии стратегического анализа рынка и приобретение практических навыков по обоснованию стратегии продвижения инновации и разработке маркетингового комплекса с учетом состояния и тенденций изменения рыночной среды.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с научными принципами, методами и процедурой разработки стратегии маркетинга и маркетингового обоснования инновационной деятельности;
- ознакомление с зарубежной и отечественной практикой принятия и реализации стратегических планов маркетинга, в том числе с целью продвижения инноваций;
- определение роли стратегического и инновационного маркетинга в хозяйственной деятельности предприятия;
- приобретение навыков применения маркетинговых инструментов используемых фирмами при разработке и внедрении стратегии;
- овладение методикой маркетингового планирования и приобретение навыков подготовки стратегического плана, а также планирования отдельных элементов маркетинговой деятельности;
- ознакомление с технологией разработки плана организации производства и внедрения инновационного продукта;
- приобретение навыков разработки стратегического маркетингового плана и расчета показателей деятельности хозяйствующих сегментов, а также показателей социально-экономического развития на микро - и макроуровне;
- приобретение навыков сбора, систематизации и анализа статистической и маркетинговой информации для планирования показателей развития бизнеса и разработки бизнес-плана;

- овладение навыками формирования программ продвижения и маркетингового сопровождения инноваций;
- освоение методологии оценки рисков инновационной деятельности и реализации маркетинговых стратегий.

Перечень формируемых компетенций:

ОК-3 - готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

ПК-5 - способностью самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ

ПК-6 - способностью оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности

ПК-8 - способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

ПК-9 - способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов

ПК-10 - способностью составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом

ПК-12 - способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

ДПК-5 - способен разрабатывать бизнес-планы и прогнозировать развитие экономических процессов с использованием современного

информационного, методического и технического обеспечения и оценки факторов рыночной среды

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет