

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 2021

Цель изучения дисциплины:

Достижение и формирование 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:

В ходе изучения дисциплины студент должен:

- 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 собирать, обобщать, систематизировать и анализировать информацию для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач по созданию, внедрению и продвижению на рынок инновационной продукции, использовать отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования

ПК-7 - Способен разрабатывать предложения по приобретению и продаже технологических, продуктовых и прочих интеллектуальных активов, осуществлять заказ и контроль выполнения программы проектов по созданию, развитию, выводу на рынок и продажам инновационных продуктов

Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен