

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг инноваций»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-7.2: Применять методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок;
- ПК-7.4: Разрабатывать стратегию реализации организационных изменений;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг инноваций» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очно - заочная. Семестр 10.

1. Виды и классификация финансовых рынков и институтов.. Понятие финансового рынка, его сущность и функции в макроэкономике.

Современная систематизация финансовых рынков по основным признакам. Классификация финансовых институтов. Роль финансовых институтов и рынков в формировании направлений деятельности, продуктов и оценке инвестиционных проектов..

1. Инновации как товар. Основы управления программой внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Специфика инноваций. Их классификация.

Потребительские ценности инновационных продуктов. Основы управления программой организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.

2. Оценка производных инструментов финансового рынка. и инвестиционных решений при выполнении операций на рынке. Основные этапы оценки производных и целевых финансовых инструментов. Определение рыночной стоимости целевых финансовых инструментов.

Оценка инвестиционного решения при выполнении операций на рынке.. Диверсификация инвестиционного портфеля на основе модели оценки капитальных активов..

2. Маркетинговые аспекты процесса создания организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.. Организационные изменения, продуктовые и технологические инновации и потенциальные сферы их применения. Потребители организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций. Маркетинговое тестирование организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций..

3. Характеристика основных инструментов финансового рынка: и инвестиционного решения при выполнении операций на рынке. Понятие «финансовые инструменты». Классификация инструментов финансового рынка. ка.

Характеристика основных финансовых инструментов кредитного рынка и оценка инвестиционных решений при выполнении операций на кредитном рынке. Характеристика финансовых инструментов рынка ценных бумаг и оценка инвестиционных решений при выполнении операций на рынке ценных бумаг. Характеристика основных финансовых инструментов валютного рынка.

Характеристика основных финансовых инструментов страхового рынка.

Характеристика основных финансовых инструментов рынка золота..

3. Стратегии реализации организационных изменений. Рынок инноваций. Оценка воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Разработка стратегий реализации организационных изменений.

4. Методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок. Барьеры восприятия новинок потребителями. Применение методов и инструментов продвижения инноваций (изменений) на рынок.

4. Методический инструментарий оценки долевых инструментов финансового рынка.. Характеристика основных критериев оценки долевых финансовых инструментов: цели оценки,

вид стоимости, статус эмитента, инвестиционные качества и управленческие возможности и их учёт в бизнес-плане создания и развития предприятий, организаций, направлений деятельности, продуктов и оценке инвестиционных проектов.

Основные виды государственных ценных бумаг и особенности их оценки. Финансовые возможности корпоративных облигаций. Подходы к оценке корпоративных облигаций.

Долевые.

5. Исследование конъюнктуры финансового рынка с целью анализа рыночных и специфических рисков при принятии управленческих решений. Понятие и стадии рыночной конъюнктуры. Стадии изучения макроэкономических показателей финансового рынка; анализ текущей конъюнктуры финансового рынка; исследование предстоящих изменений факторов и условий, влияющих на развитие финансового рынка и разработка прогноза этого развития.

Характеристика факторов, влияющих на динамику изучаемых показателей: макроэкономические, отраслевые, внутрирыночные, микроэкономические и их учёт при разработке бизнес-планов создания и развития предприятий, организаций, направлений деятельности, продуктов и оценки инвестиционных проектов..

5. Исследование конъюнктуры финансового рынка с целью анализа рыночных и специфических рисков при принятии управленческих решений. Понятие и стадии рыночной конъюнктуры. Стадии изучения макроэкономических показателей финансового рынка; анализ текущей конъюнктуры финансового рынка; исследование предстоящих изменений факторов и условий, влияющих на развитие финансового рынка и разработка прогноза этого развития.

Характеристика факторов, влияющих на динамику изучаемых показателей: макроэкономические, отраслевые, внутрирыночные, микроэкономические и их учёт при разработке бизнес-планов создания и развития предприятий, организаций, направлений деятельности, продуктов и оценки инвестиционных проектов..

Разработал:

доцент

кафедры М

С.А. Тузовская

Проверил:

Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева