

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг инноваций»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
22.03.01 «Материаловедение и технологии материалов» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Композиционные материалы

Общий объем дисциплины – 2 з.е. (72 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- ПК-2: способностью осуществлять сбор данных, изучать, анализировать и обобщать научно-техническую информацию по тематике исследования, разработке и использованию технической документации, основным нормативным документам по вопросам интеллектуальной собственности, подготовке документов к патентованию, оформлению ноу-хау;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг инноваций» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 7.

1. Понятие маркетинга инноваций. Основы экономических знаний в различных сферах деятельности. Особенности сбора данных, изучения, анализа и обобщения научно-технической информации по тематике исследования, разработке и использованию технической документации, основным нормативным документам по вопросам интеллектуальной собственности, подготовке документов к патентованию, оформлению ноу-хау. Понятие маркетинга инноваций. Задачи маркетинга инноваций в зависимости от стадии инновационного процесса. Жизненный цикл инновационного товара..

2. Анализ спроса на инновации. Сущность закона спроса. Управление спросом. Внутренние и внешние факторы спроса на инновационную продукцию..

3. Мотивация инноваций. Мотивация создания и продажи инноваций. Мотивация покупки инноваций..

4. Обработка патентной информации при проведении маркетинговых исследований. Сфера применения патентной информации в маркетинге инноваций: при анализе тенденций развития рынка; анализе условий конкуренции на рынке; поиске фирм-партнеров..

5. Рекламная и сбытовая политика. Условия коммерциализации инновации. Системы сбыта в зависимости от различных условий коммерциализации инноваций. Франчайзинг..

6. Ценовая политика в маркетинге инноваций. Особенности формирования цен на инновационный товар. Структура затрат на инновационные товары..

7. Инновационные риски. Риски на различных стадиях инновационного процесса. Методы анализа риска и прогнозирования развития ситуации. Мероприятия по снижению влияния инновационных рисков.

Разработал:

доцент

кафедры ЭиПМ

Проверил:

Директор ИЭиУ

Н.А. Мягкова

И.Н. Сычева