

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 очная. Семестр 8.

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. 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. Стратегии реализации организационных изменений. Рынок инноваций. Оценка воздействия 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.

5. 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..

Разработал:

доцент
кафедры М

С.А. Тузовская

Проверил:

Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева