

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:48:54

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b44b362na0ee37e75a19

## МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

### Рабочая программа дисциплины

### Маркетинг инноваций

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Приобретение знаний и умений в области внедрения инновационных технологий в процессе маркетинговой деятельности.
1.2	Задачи исследования:
1.3	- формирование теоретических знаний и практических навыков по основам маркетинга инноваций;
1.4	- ознакомление с сущностью и основными видами инноваций;
1.5	- формирование представлений об особенностях применения инновационных маркетинговых технологий;
1.6	- обеспечить приобретение навыков анализа рыночных факторов, влияющих на развитие маркетинговой деятельности в соответствии со сложившейся ситуацией;
1.7	- получение навыков принятия маркетинговых решений с использованием инструментов маркетинга инноваций;
1.8	- отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля маркетинговой деятельности предприятия на рынке инноваций.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.4
--------------------	-----------

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений**

**Знать:**

сущность функциональных стратегий

**Уметь:**

анализировать маркетинговые стратегии

**Владеть:**

навыками анализа функциональных стратегий

**ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений**

**Знать:**

процедуру разработки проектов и программ внедрения технологических и продуктовых инноваций;

методы и приемы разработки и реализации программ организационных изменений

методы оценки эффективности инновационной деятельности в рамках маркетинга.

**Уметь:**

использовать методы анализа при оценке перспектив новых товаров;

разрабатывать программы внедрения инновационных продуктов на рынок;

анализировать результаты внедрения инновационных маркетинговых проектов.

**Владеть:**

навыками разработки маркетинговых планов

методами управления проектами в области маркетинга инноваций

навыками принятия креативных решений в сфере продвижения инновационных продуктов на рынке.

**ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений**

**Знать:**

способы оформления маркетинговых инновационных решений

**Уметь:**

оформлять решения в сфере маркетинговых инноваций
<b>Владеть:</b>
навыками документального оформления решений о разработке новых продуктов
<b>ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</b>
<b>Знать:</b>
особенности воздействия макроэкономической среды
<b>Уметь:</b>
оценивать специфические риски в инновационной деятельности
<b>Владеть:</b>
навыками анализа инновационных технологий, используемых в маркетингом