

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг инновационных продуктов»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры)

Направленность (профиль): Технологическое предпринимательство

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-11.1: Анализирует факторы внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов;
- ПК-11.2: Способен разрабатывать инновационные проекты;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг инновационных продуктов» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 1.

1. Основы маркетинга инновационного продукта. Содержание инновационной деятельности. Виды и источники инноваций. Мировые тенденции развития инновационной деятельности. Инновационные циклы. Факторы инновационного развития. Понятие жизненного цикла инновационного товара. Диффузия инноваций. Кривая Роджера и Бааса. Факторы, влияющие на восприятие потребителем инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Этапы жизненного цикла стартапа. разработка инновационных проектов. Различия в распространении потребительских и промышленных инноваций..

2. Управление маркетингом инновационного продукта. Комплекс маркетинга для инновационного продукта. Исследование потребителей - MVP, тестирование продукта, NADI-цикл, инновационные коммуникации, оценка эффективности. Клиентоориентированность и кастомизация в инновационных продуктах. Инновационные стратегии компании. Анализ факторов внешней среды с целью выявления необходимости разработки инновационных проектов. Создание инновационной бизнес-модели, виды бизнес-моделей, оценка ресурсов. Системный подход к планированию инновационных процессов, KPI для инновационных продуктов..

3. Экономика инновационного продукта. Инновации как фактор экономического роста. Инновационное прогнозирование. Научно-технический форсайт. Инновационная инфраструктура и формы инновационных компаний.

Показатели экономической эффективности маркетинговой модели: NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга. Разработка инновационных проектов. Методы прогнозирования и планирования инновационной деятельности: составление сценариев, метод Delfi, метод дорожных карт, система сбалансированных показателей. Расчеты экономических и финансовых параметров инновационного продукта: NPV, PI, IRR.

Государственное регулирование инновационной деятельности..

Разработал:

доцент
кафедры М

О.Г. Кузьмина

Проверил:

Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева