

А Н Н О Т А Ц И Я
рабочей программы дисциплины
Б1.В.09 «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ»
по направлению подготовки бакалавриата
38.03.02 «Менеджмент»
Направленность подготовки
«Управление технологическими инновациями»

1. Основные разделы (дидактические единицы) дисциплины

1. Концепция маркетинга инноваций в развитой рыночной экономике
2. Современные методы разработки и реализации политики маркетинга инновационной высокотехнологичной продукции

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видом профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации, а также функциональных стратегий;
- участие в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение внутренней маркетинговой информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.
- оценка эффективности управленческих решений.
- разработка бизнес-планов создания нового бизнеса;
- организация предпринимательской деятельности.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО и университетом (если они есть) или их элементов):

ПК-3; ПК-6

Профессиональные компетенции:

ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

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

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (ЗУНов), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями):

По компетенции **ПК-3** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- методы и основные теории стратегического менеджмента;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.

УМЕТЬ:

- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;
- проводить анализ конкурентной сферы отрасли.

ВЛАДЕТЬ:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.

По компетенции **ПК-6** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.

УМЕТЬ:

- определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами;
- ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

Трудоемкость дисциплины:	– 5 зачетных единиц
Всего часов	– 180 час.
Из них:	
Аудиторная работа	– 72 час.
Из них:	
лекций	– 36 час.
практических занятий	– 36 час.
Самостоятельная работа	– 72 час.
Подготовка к экзамену	– 36 час.
Формы промежуточной аттестации:	
Экзамен	– 8 семестр