

## **Учебная программа дисциплины**

### **3.7.2. «Маркетинг в инновационной сфере»**

#### **Цели и задачи дисциплины**

**Цель дисциплины** состоит в формированию инновационного маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе.

#### **Задачи дисциплины:**

- ознакомление с современными тенденциями развития теории и практики инновационного маркетинга, особенностями развития инновационного маркетинга в России;
- изучение основных понятий, принципов и концепций современного инновационного маркетинга;
- приобретение знаний и навыков для решения типовых задач инновационного маркетинга.

#### **Связь с другими курсами**

Дисциплина включена в раздел 3 «Специализация», является дисциплиной по выбору и связана с дисциплинами «Профессионального ядра (Major)», дисциплинами специализации – «инновационный менеджмент», «коммерциализация результатов инновационной деятельности» и др.

#### **Перечень тем и их содержание**

##### **Тема 1. Инновационный маркетинг: цель и основные принципы**

Сущность, цели, основные принципы инновационного маркетинга. Стержневые процессы инновационного бизнеса. Основные категории инновационного маркетинга. Особенности инновационного маркетинга в России.

## **Тема 2. Информационное обеспечение инновационного маркетинга и организация маркетинговых исследований**

Механизмы и формы получения маркетинговой информации в сфере инноваций. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов, классификация информации: внутренняя и внешняя, характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации. Качественные и количественные данные.

## **Тема 3. Разработка эффективного комплекса маркетинга инновационного продукта**

Формирование продуктовой политики компании. Ценообразование и ценовая политика. Политика формирования и управления каналами. Распределения и сбытовыми каналами предприятия. Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании.

Маркетинговый бюджет и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций инноваций.

### **Описание методов обучения**

В реализации дисциплины в целях формирования и развития профессиональных компетенций слушателей используются активные методы обучения. Интерактивность обучения реализуется посредством проведения лекций в диалоговом режиме с использованием видеопрезентационного материала, организации работы в малых группах по рассмотрению и решению практических заданий и конкретных ситуаций (кейсов), а также различных тренингов, ролевых и деловых игр, социальное обучение и др.

## Перечень литературы и учебных материалов по дисциплине

### Основная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432149>

### Дополнительная литература

1. *Алексеева, М. Б.* Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 303 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433247>
2. *Короткова, Т. Л.* Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437225>
3. *Спиридонова, Е. А.* Управление инновациями : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 298 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/442024>
4. Ситуационные задачи по маркетингу [Электронный ресурс] : Практикум / Л. И. Бушуева [и др.]. - Сыктывкар : Изд-во СГУ имени Питирима Сорокина, 2016

Учебные материалы по курсу включают презентационный материал, перечень теоретических вопросов, тесты по дисциплине, практические задания (задачи), конкретные ситуации (кейсы), сценарии ролевых и деловых игр, фонд оценочных средств.

### **Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации**

Оценка знаний, умений и навыков по дисциплине осуществляется на основе фонда оценочных средств.

Условием успешного прохождения аттестации по дисциплине является демонстрация слушателем полученных знаний, основных умений и навыков по дисциплине, в том числе критическая оценка основных положений курса; умение увязать теорию с практикой; допускаются негрубые ошибки; имеется личная готовность к профессиональному самосовершенствованию.