

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Инновационный маркетинг»

Дисциплина «Инновационный маркетинг» входит в блок дисциплин по выбору вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете государственного управления кафедрой экономики инновационного развития.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- профессиональных компетенций: Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес - модели.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний, умений и навыков использования современных методов инновационного маркетинга. Инновационный маркетинг сначала рассматривается как воплощение новейших подходов к исследованию и организации маркетинговой деятельности. Затем инновационный маркетинг исследуется как совокупность новых видов и инструментов маркетинга. В дальнейшем инновационный маркетинг предстает перед нами как средство рыночного «сопровождения» и инновационной деятельности и ее субъектов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, дискуссии, доклада, разбора конкретных управленческих ситуаций и промежуточный контроль в форме контрольной работы и устного опроса (зачёт).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачётные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), семинарские (18 часов) занятия и 18 часов самостоятельной работы студента.