

27.03.05 «ИННОВАТИКА»
бакалавриат
профиль «Управление инновационными проектами»

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Маркетинг в инновационной сфере

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана

Формы обучения – очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	5 ЗЕТ/180 часа.
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области современного маркетинга, содержание, организацию и управление маркетингом в инновационной деятельности предприятия с учетом рыночной среды.
Содержание дисциплины	1. Содержание и сущность инновационного маркетинга. 2. Инновационный рынок. 3. Покупатели на инновационном рынке. 4. Поставщики и продавцы на инновационном рынке. 5. Формирование и развитие инновационного потенциала. 6. Маркетинговые стратегии на инновационном рынке. 7. Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий. 8. Коммуникационные стратегии маркетинга. 9. Digital-маркетинг.
Формируемые компетенции (коды)	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике УК-10.2 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски УК-10.3 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Экономическая теория. Экономическая культура и финансовая грамотность. Инструменты государственной поддержки инновационной деятельности. Ознакомительная практика.
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой