

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 01.10.2022 14:36:27
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fca2ad1b575f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:



Руководитель ООП

О.Н. Медведева

«28» _____ июня _____ 2022 г.

Маркетинг в инновационной сфере

Направление подготовки

27.03.05 Инноватика

профиль

Управление инновациями (по отраслям и сферам экономики)

Для студентов

3 курса, очной формы обучения

Составитель: д.т.н., профессор Цветков И.В.

Тверь, 2022

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Предметом изучения дисциплины «Маркетинг в инновационной сфере» являются особенности маркетинга инновационных продуктов и технологий, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводом и продвижением на рынок инноваций, а также выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

В современных условиях реализация инноваций становится решающим фактором успеха частных компаний, государственных программ развития и подъема национальной экономики. Важнейшим условием перехода экономики на инновационный путь развития является наличие квалифицированных специалистов, способных работать на рынке наукоемкой продукции. В цепочке разработка - производство - рынок слабым звеном является не столько финансирование, сколько отсутствие профессиональных навыков внедрения инноваций.

Цели освоения дисциплины:

- изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий;
- понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводом и продвижением на рынок инноваций.
- выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение основных концепций генерации новых идей, продуктов и технологий, закономерностей распространения инноваций на рынках, способах продвижения инноваций; формирование представлений о принципах и механизмах управления разработкой, распространением и продвижением инноваций;

- формирование умений анализа существующих и потенциальных запросов потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя с учетом особенностей жизненного цикла продукта, технологий и ключевых компетенций компаний; формирование умений сегментирования рынков, выбора целевых сегментов и четкое позиционирование инновационного продукта; формирование умений анализа процессов и проектирования механизмов управления распространением и продвижением инноваций;

- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга инноваций, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

В дисциплине рассматриваются: теоретические и методологические основы маркетинга инноваций, раскрываются инновационные процессы и жизненные циклы различных видов инноваций; на основе выявленных закономерностей инновационного развития дается представление о прогнозировании научно-технического развития; представляется сущность национальной инновационной системы на основе характеристики мотивов инновационной деятельности, экономических интересов ее участников, представляются основные подходы к формированию и реализации государственной инновационной политики, раскрываются основные аспекты международной инновационной деятельности, формируется представление об особенностях маркетингового поведения основных потребителей и заказчиков инноваций.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг в инновационной сфере» изучается в модуле Информационные технологии Блока 1. Дисциплины обязательной части учебного плана ООП.

Она непосредственно связана с дисциплинами «Управление инновационными проектами», «Основы цифровой экономики», «Теория и системы управления». Она является одной из дисциплин, участвующих в

профессиональной подготовке бакалавра и обеспечивается дисциплинами естественнонаучной группы и дисциплинами экономической направленности. Содержательно она формирует у студентов достаточные знания, позволяющие строить оптимальную маркетинговую стратегию инновационной деятельности, направленные организацию и управление инновационной деятельностью; формулирование стратегии инновационного развития организации, описания методов и форм управления инновационными проектами и программами, бизнес-планирования инновационной деятельности, особенностей формирования системы управления инновационной деятельностью в научно-технических и промышленных организациях, а также организационная поддержка и внешнее обеспечение инновационной деятельности. Кроме того, дисциплина «Маркетинг в инновационной сфере» обеспечивает адаптацию специалиста по управлению инновациями в первичной должности, а также готовит обучающихся к прохождению учебной и производственной практик, выполнению научно-исследовательской и выпускной квалификационной работы.

3. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 34 часа, практические занятия 17 часов;

самостоятельная работа: 129 часов, в том числе контроль 27 часов.

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен использовать фундаментальные знания для решения базовых задач управления в технических системах с целью совершенствования в профессиональной деятельности.	ОПК-3.1. Анализирует проект (инновацию) как объект управления.

<p>ОПК-4. Способен осуществлять оценку эффективности систем управления, разработанных на основе математических методов.</p>	<p>ОПК-4.2. Принимает решение о выборе системы для управления проектом. ОПК-4.3. Систематизирует и обобщает информацию по использованию и формированию ресурсов проекта.</p>
<p>ОПК-7. Способен использовать информационно-коммуникационные компьютерные технологии, базы данных, пакеты прикладных программ для решения инженерно-технических и технико-экономических задач планирования и управления работами по инновационным проектам.</p>	<p>ОПК-7.1. Проводит анализ эффективности систем управления инновационным проектом с применением информационно-коммуникационных компьютерных технологий</p>
<p>ОПК-9. Способен применять знания особенностей формирующихся технологических укладов и четвертой промышленной революции в разрабатываемых программах и проектах инновационного развития.</p>	<p>ОПК-9.1. Формулирует цели проекта основываясь на уровне технологического уклада региона. ОПК-9.2. Разрабатывает проект, применяя знание особенностей четвертой промышленной революции.</p>

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения

Экзамен в 5 семестре.

6. Язык преподавания: русский.