

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг инноваций»

Дисциплина «Маркетинг инноваций» является частью программы магистратуры «Стратегический менеджмент и управление инновациями» по направлению «38.04.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – освоение магистрантом ключевых методов работы с генерацией и управлением инновациями в компании. Задачи дисциплины: -Изучение комплекса теоретических знаний, необходимых для разработки инновационных систем и инновационных стратегий, направленных на устойчивое развитие бизнеса компании; -Освоение приемов разработки инновационных продуктов, обоснования и принятия стратегических инновационных решений по вопросам повышения конкурентоспособности бизнеса компании -Формирование навыков оценки инновационного потенциала компании как основного фактора повышения эффективности..

Изучаемые объекты дисциплины

-способы и приемы разработки инновационных идей; -поведение участников инновационной экосистемы; -методы управления внедрением инноваций на рынок..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	16	16
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Тема 2. Поведение потребителей инновационных продуктов	2	0	4	10
Понятие жизненного цикла товара инновационного товара и диффузия инноваций. Кривая Роджерса и Бааса. Факторы, влияющие на восприятие потребителем инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различие в распространении промышленных и потребительских инноваций				
Тема 6. Инновационные экосистемы	2	0	6	10
Концепция национальных инновационных систем (НИС) (М. Фримен, Б. Лундвалл, Р. Нельсон). Теория регионального жизненного цикла. Теория кластеров (М. Портер). Теория полюсов роста (П. Друкер, Ф. Перу). Структура и показатели НИС (человеческий капитал, финансовый капитал и др.). Инфраструктура КИС. Концепция техноглобализма и технопротекционизма. Технологические ниши. Системы форсайт-исследований науки и инноваций. Особенности развития НИС в России. Опыт развитых стран. Региональные инновационные системы (РИС). Формирование региональных кластеров. Инновационные сети. Инновационные альянсы. Процесс формирования в регионах инновационных кластеров на базе технопарковых. Корпоративные инновационные системы (КИС) (Й. Шумпетер, Б. Твисс, М. Фримен, Р. Тротт). Содержание и функциональная схема КИС. Сравнительный анализ КИС (IBM, Microsoft и др.). Особенности развития КИС в России.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 4. Маркетинговые решения для инновационных продуктов	2	0	6	8
Факторы конкурентоспособности для инноваций. Особенности ценообразования на рынке инновационных продуктов/ услуг. Каналы дистрибуции на рынке инноваций. Продвижение на рынок инновационных продуктов и услуг. Специфика позиционирования на рынке инноваций. Сценарии подрывных инноваций. Способы коммуникаций при выведении товара на рынок, оценка эффективности				
Тема 5. Бизнес-модели инновационной деятельности	2	0	8	8
Инновационные стратегии компании. Создание инновационной бизнес-модели, виды offline и online бизнес-моделей, оценка ресурсов. Системный подход к планированию инновационных процессов. KPI для инноваций				
Тема 3. Этапы разработки технологической инновации	4	0	8	8
Методы генерации идей и приемы управления разработками. Жизненный цикл стартапа. Исследование потребителей и развития продукта (CusDev, ProDev). Этапы тестирования продукта: MVP, прототипирование, HADI-цикл				
Тема 1. Основы теории инноваций	4	0	4	10
Основные понятия и терминология теории инноваций. Исторический опыт инновационной деятельности. Инновационные тенденции меркантилизма. Эволюционная теория инноваций Й. Шумпетера. Теория инноваций С. Кузнецца. Циклы Н.Д. Кондратьева. Теория технологической революции (Г. Менш). Теория жизненного цикла инноваций (Э. Роджерса). Теория подрывных инноваций К. Кристенсена. Открытые и закрытые инновации – модель Чесбро.				
ИТОГО по 3-му семестру	16	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	54