

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Экономика и маркетинг инноваций»

Дисциплина «Экономика и маркетинг инноваций» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели: формирование теоретических знаний о маркетинговых инструментах развития инноваций и практических навыков по разработке комплексных маркетинговых решений для инновационных продуктов и оценке экономического результата таких решений. Задачи: • Изучение теоретических знаний, необходимых для разработки инновационных продуктов и внедрение таких продуктов на рынок; • Освоение методов анализа рынка и способов адаптации инновационных продуктов для целевых сегментов, • Формирование навыков оценки результативности выводы инновационного продукта на рынок.

Изучаемые объекты дисциплины

- способы разработки инновационных продуктов в компании - поведение потребителей инновационных продуктов - диффузия инноваций - монетизация инновационных продуктов.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		Номер семестра			
		8			
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	66	66			
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:					
- лекции (Л)				22	22
- лабораторные работы (ЛР)					
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)				42	42
- контроль самостоятельной работы (КСР)				2	2
- контрольная работа					
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	78	78			
2. Промежуточная аттестация					
Экзамен					
Дифференцированный зачет	9	9			
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
8-й семестр				
Тема 2. Создание инновационного продукта	4	0	6	8
Ключевые методы генерации идей. Основные этапы New Product Development (NPD). Метод JTBD. Концепция Product-market Fit. Оценка TAM/SAM/SOM выбранного рынка. Вселенная стартапа. Жизненный цикл инновации.				
Тема 5. Оценка пользовательского опыта	2	0	4	12
Пользовательский опыт. CX/UX. Методы исследования пользовательского опыта. Характеристика пути клиента.				
Тема 8. Экосистема инноваций	2	0	4	6
Характеристика экосистем. Особенности создания и развития экосистемы. Спираль Ицковица. Государство как участник инноваций.				
Тема 1. Типы и классификация инноваций.	2	0	6	10
Теории создания инноваций: Э. Рождерс, Й. Шумпетер, Дж. Мур, К. Кристенсен. Современные классификации инновация. Классификация Осло.				
Тема 3. Диффузия инноваций	4	0	8	10
Типы потребителей по кривой Роджерса и Бааса. Этапы диффузии. Условия распространения и прерывания инноваций. Кривая Гартнера – Нуре Cycle Gartner.				
Тема 6. Экономика инноваций	4	0	6	12
Виды источников финансирования инноваций. Меры поддержки инноваций. Юнит-экономика.				
Тема 4. Бизнес-модели для инноваций	2	0	4	10
Типы бизнес-моделей. Методы монетизации. Принципы выбора и условия замены бизнес-модели. Условия масштабирования.				
Тема 7. Оценка результата внедрения инноваций	2	0	4	10
Виды оценки инновационного результата. Основные метрики инновационного результата.				
ИТОГО по 8-му семестру	22	0	42	78
ИТОГО по дисциплине	22	0	42	78