

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:14:31

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Инновационные решения в профессиональной деятельности

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.03_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная	18	18	18	18
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у студентов теоретическими основами инноваций в маркетинговой деятельности предприятий и развитие навыков, способствующих формированию политики инновационного развития российских предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры.
1.2	Задачи: ознакомление с идеологией инновационного развития предприятий и маркетинга в современных условиях; изучение основных аспектов инноваций в маркетинговой деятельности предприятий; ознакомление с маркетинговой концепцией модернизации и разработки новых продуктов; определение маркетинговых стратегий инновационного развития предприятий; изучение методов формирования маркетинговой инновационной программы развития российских предприятий; оценка эффективности инноваций в маркетинговой деятельности предприятий.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-2: способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Знать:

демонстрировать знания необходимой информации в системе экономических знаний, используемой в оценке комплекса инноваций в маркетинговой деятельности компании и ее эффективности

Уметь:

анализировать данные, используемые в формировании комплекса инноваций в маркетинговой деятельности компании и оценке ее эффективности

Владеть:

методикой сбора и применения аналитических данных оценки комплекса инноваций в маркетинговой деятельности компании

ОК-9: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

Знать:

демонстрировать знания информации о маркетинговой активности компании, нацеленную на постановку целей в развитии продуктовых и маркетинговых инноваций в деятельности фирмы

Уметь:

анализировать данные об осуществляемой маркетинговой активности компании для верификации цели и задач в развитии продуктовых и маркетинговых инноваций в деятельности фирмы

Владеть:
владеть методикой сбора информации о маркетинговой активности компании в выборе цели и задач развития продуктовых и маркетинговых инноваций
ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать:
демонстрировать знания информации для разработки инновационных методов проектирования маркетинговых и продуктовых инноваций в деятельности предприятия
Уметь:
применять данные для внедрения инновационных методов проектирования маркетинговых и продуктовых инноваций в деятельности предприятия
Владеть:
методикой сбора данных для разработки инновационных методов проектирования маркетинговых и продуктовых инноваций в деятельности компании