

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:11:57

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 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

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