

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о подписи:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2021 16:41:56

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Маркетинг инноваций в условиях современной ЭКОНОМИКИ

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр<br>р на курсе>) | 2 (1.2) |    | Итого  |    |
|---|---------|----|--------|----|
|   | Неделя  |    | 15 2/6 |    |
| Вид занятий                                 | уп      | рп | уп     | рп |
| Лекции                                      | 8       | 8  | 8      | 8  |
| Практические                                | 12      | 12 | 12     | 12 |
| Итого ауд.                                  | 20      | 20 | 20     | 20 |
| Контактная<br>работа                        | 20      | 20 | 20     | 20 |
| Сам. работа                                 | 52      | 52 | 52     | 52 |
| Итого                                       | 72      | 72 | 72     | 72 |

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Цели дисциплины: ознакомление магистров с теоретическими основами и практическими решениями инноваций в маркетинговой деятельности предприятий и развитие умений и навыков, способствующих формированию политики инновационного развития российских предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры.

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

**УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### **Знать:**

развитие и востребованность применения инноваций в современном бизнесе с учетом возможности формирования маркетинговой; методы разработки и оценки инновационных технологий в маркетинге; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций, стратегии маркетинга, (соотнесено с индикатором ПК-2.1) методы анализа информации по формированию и использованию ресурсов предприятия (соотнесено с индикатором УК-4.1)

### **Уметь:**

принимать управленческое решение на основе анализа факторов окружающей среды, ресурсной базы маркетинга и набора маркетинговых инноваций; осуществлять инновационные технологии в маркетинговой деятельности и оценивать их эффективность, выбирать стратегии маркетинга, принимать решения и оценивать их оптимальность; (соотнесено с индикатором ПК-2.2) определять конкурентоспособность товаров и организаций (соотнесено с индикатором УК-4.2)

### **Владеть:**

владеть методами и средствами анализа окружающей среды и маркетинговых инноваций; методами разработки и оценки эффективности инновационных технологий в маркетинговой деятельности; (соотнесено с индикатором ПК-2.3) методиками выбора стратегий маркетинга, принятия решений, методикой оценки информации по формированию и использованию ресурсов предприятия (соотнесено с индикатором УК-4.3)