

Б1.В.09 Управление рыночными инновациями и изменениями

Объём трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цели изучения дисциплины «Управление рыночными инновациями и изменениями»

Цель освоения дисциплины – формирование у магистрантов понимания основных методов и форм управления инновационной деятельности предприятия, а также предоставление необходимого объема знаний, умений и навыков в области маркетингового управления инновационными проектами торгового предприятия и продвижения инновационных продуктов с помощью современного маркетингового инструментария.

Курс призван ориентировать обучающихся на развитие способностей к нововведениям, на принятие оптимальных инновационных решений и организацию маркетинговой деятельности, нацеленной на обновление.

Задачи дисциплины «Управление рыночными инновациями и изменениями» могут быть уточнены следующим образом:

- формирование представления об основных типах инноваций, об организационных аспектах управления инновационными процессами на торговом предприятии;
- развитие навыков использования современных маркетинговых инструментов с целью продвижения инноваций, раскрытия инновационного потенциала предприятий;
- расширение знаний о ценностном аспекте инноваций при обосновании маркетинговых стратегий в условиях конкуренции; знаний нормативно-правовой базы организации инновационной деятельности торговых предприятий;
- приобретение навыков управления рыночными инновациями и изменениями современной фирмы с учетом актуальных трендов развития рыночной среды.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Управление рыночными инновациями и изменениями» относится к обязательным дисциплинам вариативной части профессионального цикла дисциплин ФГОС ВПО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) магистр), читаемых для магистерской программы «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде».

Дисциплина «Управление рыночными инновациями и изменениями» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов, имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах профессионального цикла, студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Коммерческая деятельность»; «Менеджмент»; «Поведение потребителей», «Стратегический маркетинг». «Информационное обеспечение маркетинговых решений», «Инновационные маркетинговые технологии» и др.

Дисциплина «Управление рыночными инновациями и изменениями» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК- 2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК- 2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: экономическую сущность инновационной деятельности предприятия; сущность и особенности маркетингового управления рыночными инновациями и изменениями; основные этапы и содержание инновационного процесса, особенности маркетингового обеспечения и оценки рисков инновационных проектов; стратегические и тактические инструменты креативного маркетинга с целью повышения эффективности реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде
	Умеет: анализировать изменения конъюнктуры рынка, разрабатывать стратегию продвижения инновационного продукта на рынок с использованием современных маркетинговых технологий; идентифицировать маркетинговые проблемы и предлагать конструктивные решения с помощью инструментов маркетинга; оценить инновационный потенциал и определять основные направления в инновационном развитии предприятия; распознавать тип инноваций; анализировать продуктовую инновацию по основным атрибутам восприятия потребителем; четко описывать бизнес-модель инновационного стартап проекта;
	Владеет: специальной терминологией на профессиональном уровне; навыками сбора необходимой информации для анализа инновационной деятельности предприятия; навыками выбора оптимальной маркетинговой стратегии управления инновациями; базовыми навыками планирования рекламных кампаний с целью запуска инновационного продукта/бренда на рынок, составления бюджета и оценки их эффективности

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Инновационный менеджмент: организационные аспекты управления инновационными процессами предприятия	9	1	2		6
2.	Специфика маркетингового управления рыночными инновациями и изменениями	9	1	2		6
3.	Типология инноваций: оценка инновационного потенциала торгового предприятия	9	1	2		6
4.	Основы реализации инновационного проекта: выбор стратегии, маркетинговое планирование	10	1	2		8
5.	Инструменты маркетинга в продвижении инновационных продуктов в современной рыночной среде	11	1	2		8
6.	Разработка маркетинговой программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	11,8	1	2		8,8
7.	Анализ эффективности управления инновациями на торговом предприятии	12	-	6		6
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		<i>71,8</i>	<i>6</i>	<i>18</i>		<i>47,8</i>
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Общая трудоемкость по дисциплине		72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачет)

Автор: Малкова Е.М.