



Кафедра управления и маркетинга

«Инновационный маркетинг»

Цель программы курса

- формирование у студентов **инновационного мышления**, предполагающего, что субъект рыночной деятельности должен заниматься планированием дальнейшей деятельности в условиях **динамично изменяющейся рыночной среды**

Задачи изучения курса

- отработка знаний, умений и навыков:
- в области анализа стратегических возможностей инновационных компаний;
- исследования потребностей человека как основы для разработки маркетинговых инноваций;
- разработки и реализации инновационных стратегий развития компании.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- уметь использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36).

Основная идея, заложенная в содержание программы курса состоит в том, что область инновационного маркетинга – интегрированная область знаний, она связана с такими дисциплинами, как маркетинг, менеджмент, поведение потребителей, психология, социология, маркетинговые исследования, рекламный менеджмент и др.



В результате изучения курса студенты должны

знать:

- основные теоретические и методологические положения управления маркетинговыми инновациями

уметь:

- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры для принятия маркетинговых решений, организации, разработки планов и осуществления контроля инновационной деятельности предприятия

владеть:

- навыками экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых инновационных решений

Содержание курса

- **Значение инновационного развития**
- **Понятие инноваций, их классификация**
- **Стратегии инновационного развития организации**
- **Особенности инновационного маркетинга**
- **Общая схема разработки нового продукта**

Содержание курса

- **Технологии инновационного маркетинга**

- 📁 Маркетинговые исследования рынка инноваций
- 📁 Анализ инноваций с позиции потребителя
- 📁 Анализ конкуренции на рынках
- 📁 Позиционирование инноваций на рынках и репозиционирование
- 📁 Тестирование рынка инноваций
- 📁 Программа по формированию спроса (разрабатывается для инноваций с совершенно новыми потребностями)
- 📁 Реклама и анализ её эффективности
- 📁 Способы сбыта инновации
- 📁 Анализ инновационных рисков
- 📁 Анализ ценообразования и структуры цены инновации
- 📁 Организация гарантийного и послегарантийного обслуживания

Содержание курса

- Структура маркетинговой модели проникновения на рынок инноваций
- Стратегия создания и развития бренда
- Организация инновационной деятельности на предприятии

Рекомендации по использованию литературы

Основная литература:

- 1. **Инновационный маркетинг. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2006. – 9,0 п.л.**
- 2. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Инновационный менеджмент: Многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновационного развития. М.: Дело, 2006.
- 3. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. — М.: Гардарики, 2005. - 224 с.
- Балабанов И.Т., Балабанов АМ. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2000.
- 4. Инновационный менеджмент: Уч. пособие / Под ред. Л.Н.Оголевой. - М.: ИНФРА-М, 2003.
- Инновационный менеджмент: Учебник для вузов /С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, СЮ. Ягудин и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 327 с.
- 5. Инновационный менеджмент: Учебник/ Под ред. проф. В.А. Швандара, проф. В.Я. Горфинкеля. — М.: Вузовский учебник, 2004.-382 с.
- 6. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. Л.Н. Оголевой. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 238 с.
-

- 7. Инновационный менеджмент : Учебник для вузов ./ Под ред.проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Б.Н. Чернышева, 2-е изд., перераб., доп. М.Изд. «Вузовский учебник», 2007.
- 8. Инновационный менеджмент : Концепции , многоуровневых стратегий и механизмы инновационного развития : Учеб. пособие/ Под ред. В.М. Анышина, А.А. Дагаева. - 2-е изд, перераб., доп- М.: Дело, 2006.
- 9. Инновационный менеджмент .: Учебник для студентов ВУЗОВ. Под ред. С.Д. Ильенковой, 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ -ДАНА,2007.
- 10. Инновационный менеджмент. Под ред. С.Д. Ильенковой. М.: ЮНИТИ, 2004.
- 11. Инновационный менеджмент. Под ред. О.П. Молчановой. Учебник. М.: Вита-Пресс, 2001.
- 12. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. Учебник. М.: ИНФРА - М, 2002.
- 13. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник / Л. С.Барютин и др.; под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. 2-е изд. перераб. и доп. — М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004. - 518 с.
- 14. Рычкова Н.В. Особенности маркетинговых инноваций: учебное пособие / Н.В. Рычкова – М.: КНОРУС, 2005.
- Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 238 с. – (Высшее образование)
- Журналы: Маркетинг Менеджмент, Маркетинг в России и за рубежом, Практический маркетинг, Практика рыночных исследований, Маркетинг и маркетинговые исследования в России

Дополнительная литература

- 1. Алешина И.В. Поведение потребителей /И.В.Алешина.— М.: Инфра Фаир-Пресс, 1999.
- 2. Гончарова Н.П., Перерва П.Г. и др. Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие. К., 1998.
- 3. Гордашникова О.Ю. Функционально-стоимостной анализа качества продукции и управления маркетингом на предприятии. М.: Альфа-Пресс, 2006.
- 4. Котлер Ф., Триаз де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей/ Пер. с англ.; Под ред. Т.Р. Тэор. СПб.: Нева, 2004.
- 5. Статт Д. Психология потребителя./Д.Статт. – СПб.: Питер, 2003.
- 6. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями. СПб.: Питер, 2001.
- 7. Хоукинс Б. Создай идею и разбогатеи. СПб.; Нева; М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003.
- 8. Энджел Ф. Джеймс и др. Поведение потребителей./Ф.Энджел. – М.: Питер , 2003.

Интернет-ресурсы

Журналы

- Инвестиции в России – <http://www.ivrv.ru/>
- Инновации – <http://www.mag.innov.ru/>
- Инновации в технологиях и бизнесе – <http://www-01.ibm.com/software/ru/mag/>
- Инновации. Технологии. Решения – <http://www.sibpressa.ru/>
- Инновационные образовательные технологии – <http://www.miu.by/rus/library/journal/iet>
- Инновационный вестник Регион – <http://www.v-itc.ru/investregion/index.php>
- Инновационный менеджмент – <http://panor.ru/> - Это ссылка на сайт издательского дома, на сайте надо выбрать журнал «Инновационный менеджмент»
- Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права – <http://www.delpress.ru/items/04143dp.html>
- Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – <http://www.akc.ru/goods/1558088821/>
- Капитал страны – <http://www.kapital-rus.ru/>
- Качество, инновации, образование – <http://www.quality-journal.ru/>
- Креативная экономика – <http://creativeconomy.ru/>

Интернет-сайты

- <http://www.sci-innov.ru/> - Федеральный портал по научной и инновационной деятельности.
- <http://strf.ru/> - электронное издание «*Наука и технологии России – strf.ru*».
- <http://www.vovr.ru/clubitr.html> - Клуб субъектов инновационного и технологического развития.
- <http://www.inion.ru/> - Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН)
- <http://www.bishelp.ru/> - это агентство, популярно рассказывающее о том, как заработать в современной России и улучшить благосостояние гражданам, связывающим свою деятельность с предпринимательством.
- <http://www.dist-cons.ru/> - один из элементов системы информационного обеспечения предпринимательской деятельности малых и средних предприятий города Москвы. Задача ресурса — всесторонняя информационная и практическая правовая поддержка предпринимателей г. Москвы.
- <http://www.fasie.ru/> - Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.
- <http://www.innovbusiness.ru/> - Ресурс «Инновации и предпринимательство» создан для информационной поддержки предпринимателей и фирм, занятых в сфере инновационного бизнеса.
- <http://sbn.finance.ru/> - Информационный бизнес-портал Синтез Бизнес Новаций.
- <http://www.private-capital.ru/> - Национальная сеть бизнес-ангелов "Частный капитал" - некоммерческая организация, объединяющая частных инвесторов (бизнес-ангелов), которые инвестируют собственные средства в компании на начальных стадиях, обладающие значительным потенциалом роста, как правило, без предоставления какого-либо залога.

Интернет-сайты

- <http://www.rffi.ru/> - Российский Фонд Фундаментальных Исследований – самоуправляемая государственная организация, основной целью которой является поддержка научно-исследовательских работ по всем направлениям фундаментальной науки на конкурсной основе.
- <http://www.rusventure.ru/> - ОАО «Российская венчурная компания» (ОАО «РВК») стимулирование создания в России собственной индустрии венчурного инвестирования и значительное увеличение финансовых ресурсов венчурных фондов.
- <http://www.rusnano.com/Home.aspx> - Государственная корпорация «Российская корпорация нанотехнологий» (РОСНАНО), основная задача которой реализации государственной политики в сфере нанотехнологий, развития инновационной инфраструктуры в сфере нанотехнологий, реализации проектов создания перспективных нанотехнологий и nanoиндустрии.
- <http://www.rvca.ru/> - Российская ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ).
- <http://www.russba.ru/> - Национальное содружество бизнес-ангелов России (СБАР).
- <http://www.nsbi.org/> - НО НП "Национальное содружество бизнес-инкубаторов" (НСБИ) – объединяет бизнес-инкубаторы и объекты инфраструктуры поддержки малого предпринимательства (технопарки, учебно-деловые центры, инновационно-технологические центры и др.), а так же предприятия, чья деятельность связана с созданием и развитием малых предприятий.

Продолжительность изучения курса

- Аудиторные занятия – 8 час., в том числе лекционные занятия – 8 час.
- Самостоятельная работа студентов вне аудитории

Порядок подведения итогов изучения дисциплины «Инновационный маркетинг»

Виды контроля		оценка
Зачетное практическое задание	1	3-5
Итоговое тестирование по курсу	1	3-5
Экзамен		3-5