

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинг в инновационной сфере**

Направление подготовки: 27.03.05 – Инноватика

Направленность (профиль): Управление инновациями (по отраслям и сферам экономики)

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг в инновационной сфере» являются:

- получение студентами необходимых знаний о теории современного маркетинга с учетом современного экономического состояния и его влияние на составляющие маркетинга;
- формирование концептуальных понятий и основных элементов маркетинга в ин-новационной сфере;
- изучение содержания, закономерностей и процессов управления конкурентными действиями современной организации, включая инновационную деятельность;
- изучение основ разработки и планирования товарной, ценовой, сбытовой и комму-никационной маркетинговой политики предприятия инновационной сферы;
- изучение комплекса организационно-структурных задач маркетинга, возникающих при реализации инновационной деятельности (проекта);
- получение представлений о радикальном инновационном продукте и

хайтек-маркетинге, изучение вопросов конкурентного позиционирования и вывода на рынок инновационных продуктов;

- получение знаний о «подрывных» инновациях как технологических нововведениях, изучение соответствующих им стратегий деятельности и принятия решений, вопросов маркетинговой разработки «подрывных» продуктов (проектов) и реализации соответствующих инновационных проектов.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).