

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

АННОТАЦИЯ К
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг и экономика инноваций

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга инноваций и экономического анализа инновационной деятельности, необходимых для исследования рынков инновационной продукции, формирования моделей жизненного цикла продукта, оценки экономической эффективности инновационных проектов, а также управления ассортиментом и качеством товаров и услуг при выводе новых продуктов на рынок.

Задачи дисциплины

Освоить теоретико-методологические основы маркетинга инноваций, включая специфику рынка инновационной продукции, особенности спроса и предложения, принципы и функции маркетинга в инновационной сфере.

Сформировать навыки применения инструментария экономического анализа для исследования конъюнктуры инновационных рынков, сегментирования потребителей и позиционирования новых продуктов.

Освоить методики построения и анализа моделей жизненного цикла инновационного продукта, принятия маркетинговых решений на каждом из этапов его развития.

Развить компетенции в области ценообразования на инновационную продукцию, выбора ценовых стратегий и оценки эластичности спроса на новые товары и услуги.

Сформировать практические навыки оценки экономической эффективности инновационных проектов, анализа затрат и результатов, управления рисками маркетинговых инноваций.

Освоить подходы к управлению ассортиментом и качеством инновационных товаров и услуг, включая стратегии монетизации и масштабирования новых продуктов.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).