Аннотация дисциплины Б.1.2.5 Дисциплина. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта

Дисциплина "Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Управление инновационными проектами" направления подготовки "27.03.05 Инноватика".
Дисциплина изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 90/5 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме курсовая работа, экзамен.
Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-5 Способен организовать работу команды проекта для достижения поставленной цели в рамках разработанной стратегии, оценивать качество и результативность труда, затраты и результаты деятельности членов команды инновационного проекта, формировать требования осуществлять отбор кандидатов менеджеров инновационных продуктов с учетом специфики организации, организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения, оформлять проектную и организационно-распорядительную документацию
2. ПК-6 Способен проводить исследования рынков технологий, продуктов и организаций, разрабатывать предложения по развитию инновационных продуктов, выводить на рынок и продавать продукты, разрабатывать и реализовывать мероприятия по продвижению инновационных продуктов, разрабатывать проект коммерциализации инноваций

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Теоретические основы исследования рынков. Маркетинговая информационная система.
2. Кабинетные и полевые маркетинговые исследования. Методология научных исследований.
3. Опрос как метод маркетинговых исследований.
4. Наблюдение на метод исследования. Эксперимент как метод исследования.
5. Маркетинговый анализ
6. Маркетинговое исследование рынка инновационного продукта (выполняется по индивидуальному заданию)

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия.
В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, классическая лекция, информационные.