

Аннотация дисциплины М.1.2.5 Дисциплина. Маркетинг стартапов

Дисциплина "Маркетинг стартапов" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Управление инновациями и технологиями" направления подготовки "27.04.05 Инноватика".

Дисциплина изучается в 5 триместре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 180/5 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 балльно-рейтинговый контроль.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-3 Выбор продуктовой ниши и разработка продуктовой стратегии
2. ПК-4 Оценка целесообразности реализации инновационного проекта
3. УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах жизненного цикла

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Лекция. Стартап как бизнес модель
2. Лекция. Ценностное предложение и конкурентное преимущество стартапа
3. Лекция. Концепция маркетинговых коммуникаций: сущность и эволюция методов продвижения
4. Лекция. Цифровые технологии маркетинговых коммуникаций
5. Лекция. Команда стартапа и внутренний маркетинг стартапа
6. Лекция. Финансирование стартапов. Выстраивание маркетинговых и деловых коммуникаций с инвесторами.
7. Лекция. Финансирование социальных стартапов. Формирование и развитие GR-коммуникаций.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, задания, информационные, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, проблемная лекция.