

Аннотация дисциплины М.1.2.5 Дисциплина. Маркетинговые исследования высокотехнологичных рынков

Дисциплина "Маркетинговые исследования высокотехнологичных рынков" 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. Понятие и основные принципы функционирования рынков высокотехнологичной продукции
2. Проблемы насыщения высокотехнологичных продуктов и рынков
3. Формирование информационной базы маркетинговых исследований
4. Концепция маркетингового исследования высокотехнологичного рынка
5. Рыночные ниши и стратегические решения высокотехнологичных компаний
6. Маркетинговое обоснование спроса на высокотехнологичный продукт
7. Оценка целесообразности реализации инновационного проекта на основе маркетинговых показателей

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

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.