

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Директор Института \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,кандидат философских наук\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Одобрено:**Решением Ученого Советаот «22» апреля 2022 г. протокол № 5 | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор АНО ВО «СГЛА»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинг инноваций**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.03.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Управление бизнесом** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения****Год начала обучения** | **Очная****2022** |
| **Реализуется в семестре** | **8 курс 4** |

**Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинг инноваций**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование дисциплины** | **Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинг инноваций** |
| Краткое содержание | Маркетинг инноваций и инновационное предпринимательство. Инновационная команда. Создание инновационного продукта. Управление интеллектуальной собственностью. Создание инновационной компании. Управление развитием инновационной компании. Финансирование инновационной компании.  |
| Результаты освоения дисциплины  | Применяя знания, умения и навыки в области маркетинга инноваций, способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа информации с использованием цифровых технологий для обеспечения эффективных управленческих решений, в том числе технологий и автоматизации управления, логистики.Применяя знания, умения и навыки в области маркетинга инноваций, способен оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации проектов и программ в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации, в том числе осуществлять комплекс действий направленных на сопровождение проектов и программ в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации и автоматизации управления. |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы отчетности  | ЗачетРеферат  |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** |
| Основная литература |  1. Кузьмина, Е. Е. Инновационное предпринимательство: Учебник /Е. Е. Кузьмина. - Москва : Российская таможенная академия, 2017. - 208с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-59590-0978-6, экземпляров неограничено |
| Дополнительная литература  | 1. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В.Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин :Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6, экземпляров неограничено1. Миронова, Д. Ю. Современные тенденции развития науки и техники имаркетинг инноваций. Электронный ресурс / Д. Ю. Миронова. Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций,2023-10-01. - Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2015. 85 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 22278397, экземпляров неограничено
2. Сбоева, И. А.Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2019. - 204 с. : ил. http://biblioclub.ru/. - Библиогр.: с. 174-175. - ISBN 978-5-8158-2072-2, экземпляров неограничено
3. Зубкова, Н. В.Маркетинг инноваций. Электронный ресурс / ЗубковаН.В. : учеб.-методическое пособие. - Тольятти : ТГУ, 2019. - 125 с., экземпляров неограничено
 |