

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
 проведения практических учебных занятий
 по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»,
 для студентов специальности 1-26 02 03 Маркетинг
факультета бизнеса и права
дневной формы обучения

Курс 3

Семестр 5

№ п.п	Тема	Количество часов
1	Тема 1. Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	
2	Тема 2. Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития	
3	Тема 3. Маркетинг в инновационной процессе	6
4	Тема 4. Жизненный цикл инноваций	8
5	Тема 5. Рынок инноваций: маркетинговые параметры рынка, субъекты, объекты, инфраструктура	6
	Итого	32

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
 проведения лабораторных учебных занятий
 по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»,
 для студентов специальности 1-26 02 03 Маркетинг
факультета бизнеса и права
дневной формы обучения

Курс 3

Семестр 6

№ п.п	Тема	Количество часов
6	Тема 6. Инновационное развитие предприятия (организации)	4
7	Тема 7. Маркетинг инновационного процесса	2
8	Тема 8. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска решений	4
9	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	2
10	Тема 10. Разработка инновационного продукта	4
11	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	4
12	Тема 12. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	4
13	Тема 13. Формирование системы сбыта инновационного продукта	4
14	Тема 14. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	4
15	Тема 15. Оценка инновационной активности предприятия (организации) и результативности маркетинга инноваций	4
	Итого	36

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
проведения **практических** учебных занятий по учебной дисциплине
«Маркетинг инноваций»,
для студентов специальностей 1-26 02 03 Маркетинг
факультета бизнеса и права
заочной (сокращенной) формы обучения

Курс 3

Семестр 5

№ п.п.	Тема	Количество часов
1	Тема 3. Маркетинг в инновационной процессе	
8	Тема 8. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска решений	1
9	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	2
10	Тема 10. Разработка инновационного продукта	2
11	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	1
	Итого	8

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
проведения **лабораторных** учебных занятий по учебной дисциплине
«Маркетинг инноваций»,
для студентов специальностей 1-26 02 03 Маркетинг
факультета бизнеса и права
заочной (сокращенной) формы обучения

Курс 3

Семестр 5

№ п.п.	Тема	Количество часов
1	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	2
2	Тема 10. Разработка инновационного продукта	2
	Итого	4

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
проведения **практических** учебных занятий по учебной дисциплине
«Маркетинг инноваций»,
для студентов специальностей 1-26 02 03 Маркетинг
ВШАБ
заочной формы обучения

Курс 5

Семестр 1

№ п.п.	Тема	Количество часов
6	Тема 6. Инновационное развитие предприятия (организации)	1
7	Тема 7. Маркетинг инновационного процесса	1
8	Тема 8. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска решений	2
9	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	1
10	Тема 10. Разработка инновационного продукта	3
11	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	3
12	Тема 12. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	1
14	Тема 14. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	1
15	Тема 15. Оценка инновационной активности предприятия (организации) и результативности маркетинга инноваций	1
	Итого	14