

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

Курс 3

Семестр 5,6

№ п.п.	Тема	Количество часов
1	Тема 1. Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	4
2	Тема 2. Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития	4
3	Тема 3. Маркетинг в инновационной процессе	4
4	Тема 4. Жизненный цикл инноваций	2
5	Тема 5. Рынок инноваций: маркетинговые параметры рынка, субъекты, объекты, инфраструктура	4
6	Тема 6. Инновационное развитие предприятия (организации)	4
7	Тема 7. Маркетинг инновационного процесса	4
8	Тема 8. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска решений	4
9	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	4
10	Тема 10. Разработка инновационного продукта	4
11	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	4
12	Тема 12. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	2
13	Тема 13. Формирование системы сбыта инновационного продукта	2
14	Тема 14. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	2
15	Тема 15. Оценка инновационной активности предприятия (организации) и результативности маркетинга инноваций	2
	Итого	32

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

Курс 5

Семестр 5

№ п.п.	Тема	Количество часов
1	Тема 1. Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	1
2	Тема 2. Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития	1
3	Тема 4. Жизненный цикл инноваций	2
4	Тема 5. Рынок инноваций: маркетинговые параметры рынка, субъекты, объекты, инфраструктура	2
5	Тема 6. Инновационное развитие предприятия (организации)	1
6	Тема 7. Маркетинг инновационного процесса	1
7	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	1
8	Тема 10. Разработка инновационного продукта	1
9	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	1
10	Тема 12. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	1
11	Тема 13. Формирование системы сбыта инновационного продукта	1
12	Тема 14. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	1
	Итого	14

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

Курс 2

Семестр 1

№ п.п.	Тема	Количество часов
1	Тема 1. Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	1
2	Тема 2. Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития	1
3	Тема 4. Жизненный цикл инноваций	2
4	Тема 5. Рынок инноваций: маркетинговые параметры рынка, субъекты, объекты, инфраструктура	2
5	Тема 6. Инновационное развитие предприятия (организации)	1
6	Тема 7. Маркетинг инновационного процесса	1
7	Тема 9. Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	1
9	Тема 11. Формирование цены инновационного продукта	1
10	Тема 12. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	1
11	Тема 13. Формирование системы сбыта инновационного продукта	1
12	Тема 14. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	1
	Итого	12