

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
лекций по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»
 для студентов **дневной формы получения общего высшего образования**
 по специальности **6-05 0412 04 Маркетинг**
 в соответствии с учебным планом **БД-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г.**

Курс 3

Семестр 5

№ п.п.	Тема (содержание)	Кол-во часов
	Раздел I. Маркетинг инноваций: сущность, особенности и тенденции развития	
1	Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	4
2	Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития. Функции и инструменты	4
3	Маркетинг в инновационном процессе	4
4	Жизненный цикл инноваций	2
4	Маркетинговая характеристика рынка инноваций	4
	Итого	18

Курс 3

Семестр 6

№ п.п.	Тема (содержание)	Кол-во часов
	Раздел II. Маркетинговое обеспечение инновационной деятельности предприятий (организаций)	
1	Инновационное развитие предприятия: стратегия и маркетинговое управление	4
2	Маркетинг инновационного проекта	4
3	Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций	4
4	Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	4
5	Разработка инновационного продукта	4
7	Формирование цены инновационного продукта	4
8	Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта	2
9	Формирование системы сбыта инновационного продукта	2
10	Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта	2
11	Оценка инновационной активности предприятия (организации) и результативности маркетинга инноваций	2
	Итого	32

СОСТАВИЛ ст. преподаватель
кафедры маркетинга

С.И.Артеменко

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга, протокол № 1.

Заведующий кафедрой маркетинга

В.Н. Редько

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
лекций по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»
для студентов **заочной формы получения общего высшего образования**
по специальности **6-05 0412 04 Маркетинг**
в соответствии с учебным планом **БЗс-0412-04-7-23у**

Курс 3

№ п.п.	Тема лекции (содержание)	Кол-во часов
	Раздел I. Маркетинг инноваций: сущность, особенности и тенденции развития	
1	Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	2
2	Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития. Функции и инструменты	2
	Итого	4

Курс 4

№ п.п.	Тема (содержание)	Кол-во часов
	Раздел II. Маркетинговое обеспечение инновационной деятельности предприятий (организаций)	
1	Инновационное развитие предприятия (организации)	2
2	Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций	2
	Всего	4

СОСТАВИЛ: ст. преподаватель
кафедры маркетинга

С. И. Артеменко

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга, протокол № 1.

Заведующий кафедрой маркетинга

В.Н. Редько

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
лекций по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»
для студентов **заочной формы обучения на основе высшего образования**
по специальности **6-05 0412 04 Маркетинг**
в соответствии с учебным планом **БВШ-0412-04-7-25у от 26.02.2025 г**

Курс 4

Семестр 4

№ п.п.	Тема лекции (содержание)	Кол-во часов
	Раздел I. Маркетинг инноваций: сущность, особенности и тенденции развития	
1	Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	2
2	Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития. Функции и инструменты	2
3	Маркетинг в инновационном процессе	2
	Итого	6

Курс 5

Семестр 5

№ п.п.	Тема (содержание)	Кол-во часов
	Раздел II. Маркетинговое обеспечение инновационной деятельности предприятий (организаций)	
1	Инновационное развитие предприятия (организации)	2
2	Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций	2
3	Маркетинговое исследование потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта	2
	Всего	6

СОСТАВИЛ: ст. преподаватель
кафедры маркетинга

С. И. Артеменко

Рассмотрено на заседании кафедры, протокол № 1.

Заведующий кафедрой маркетинга

В.Н. Редько

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
лекций по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций»
для студентов **заочной формы получения общего высшего образования**
по специальности **6-05 0412 04 Маркетинг**
в соответствии с учебным планом **БЗс-0412-04-7-25у от 26.02.2025 г**

Курс 3

№ п.п.	Тема лекции (содержание)	Кол-во часов
	Раздел I. Маркетинг инноваций: сущность, особенности и тенденции развития	
1	Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга	2
2	Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития. Функции и инструменты	2
	Итого	4

Курс 4

№ п.п.	Тема (содержание)	Кол-во часов
	Раздел II. Маркетинговое обеспечение инновационной деятельности предприятий (организаций)	
1	Инновационное развитие предприятия (организации)	2
2	Маркетинг инновационного процесса	2
2	Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций	2
	Всего	6

СОСТАВИЛ: ст. преподаватель
кафедры маркетинга

С. И. Артеменко

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга, протокол № 1.

Заведующий кафедрой маркетинга

В.Н. Редько