

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
 Должность: и.о. директора Института экономики и управления
 Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины
 46f7031a70469585fdb4e91f81e17726331d25a8

Инновационный маркетинг

Краткое содержание	Предпосылки формирования новых технологий в маркетинге. Современные маркетинговые методики создания новых идей. Провокационный и партизанский маркетинг в системе продвижения компании. Событийный маркетинг. Нейромаркетинг как инновационный вид маркетинга. Языковые способы воздействия на сознание целевой аудитории. Технология внедрения рекламы в тело человека. Сенсорные методики маркетинговых коммуникаций. Цифровые маркетинговые коммуникации. Современные технологии управления ценовой политикой компании. Новые направления развития маркетинговых исследований.
Результаты освоения дисциплины	Опираясь на знания маркетинговых инструментов продвижения товаров (услуг) организации, способен проводить маркетинговые исследования и применять инновационные виды маркетинга с применением цифровых технологий в продвижении товаров (услуг) организации с наибольшей эффективностью
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет Реферат
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Хайруллина, М. В. Управление инновациями: организационно-экономические и маркетинговые аспекты : монография / М. В. Хайруллина, Е. С. Горевая. - Управление инновациями: организационно-экономические и маркетинговые аспекты, 2025-02-05. - Электрон. дан. (1 файл). - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2015. - 308 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7782-2722-4, экземпляров неограничено.
Дополнительная литература	1. Моисеева, Е. Е. Маркетинг нового продукта Электронный ресурс / Моисеева Е. Е. : практикум для студентов магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «менеджмент», направленность подготовки «управление инновациями и startup в предпринимательской среде», всех форм обучения. - Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. - 72 с., экземпляров неограничено. 2. Тропынина, Н. Е. Маркетинг инноваций : учебное пособие / Н. Е. Тропынина, О. М. Куликова. - Маркетинг инноваций, 2031-02-04. - Электрон. дан. (1 файл). - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 142 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7937-1821-9, экземпляров неограничено. 3. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В. Д. Секерин. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 238 с. - (Высшее образование). - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 223-235. - ISBN 978-5-16-004681-5, экземпляров неограничено. 4. Власов, А. В. Коммерциализация и маркетинг инноваций / А.В. Власов ; Т.Л. Короткова. - Москва : Креативная экономика, 2012. - 168 с. - ISBN 978-5-91292-087-5, экземпляров неограничено.