

Цель освоения дисциплины

Курс направлен на формирование у студентов системного представления об маркетинге инноваций, с акцентом на FMCG-сектор. В рамках дисциплины рассматриваются современные методы генерации и оценки идей, формулирования ценностного предложения, разработки инновационных продуктов и дизайн-мышления и ТРИЗ до применения искусственного интеллекта в R&D и коммуникациях. Программа основана на реальных кейсах брендов и завершается проектной работой, ориентированной на индустриальную практику.

Краткое содержание дисциплины

- Введение в маркетинг инноваций
- Идеи и исследования
- Этапы создания нового продукта
- Презентация и защита инновации
- Брендинг и позиционирование инновации
- Маркетинговая стратегия и вывод инновации на рынок

Язык преподавания: русский

Преподаватель



Чекмарева
Алина Наильевна

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часа.

Место дисциплины в учебном плане

вариативная,
третий триместр.

Итоговый контроль

Презентация и защита
проекта.