



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация образовательной программы

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

Направление подготовки и шифр	Менеджмент 38.03.02
Присваиваемая квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Программа ориентирована на молодых людей, готовых к аналитической и творческой деятельности, стремящихся получить востребованное образование и актуальные компетенции в области маркетингового управления инновационными продуктами, создания новых рынков и продвижения высокотехнологичных бизнесов.
Цели образовательной программы	<p>Основная цель программы – изучение маркетинга инновационных продуктов и технологий, подготовка выпускников к решению задач стратегического маркетингового управления, к реализации проектов создания, вывода на рынок и продвижения инновационных, высокотехнологичных и наукоемких продуктов.</p> <p>Маркетинг инноваций управляет всем циклом создания нового продукта – от замысла до продаж. Ориентируясь на ценности потребителей, он создает новые товары, услуги и рынки, о которых еще недавно никто не слышал. Маркетинг делает внедрение новшеств более быстрым и эффективным, помогая бизнесу увеличивать прибыль.</p> <p>Как следствие, маркетологи инноваций должны владеть широким спектром компетенций. Они ведут аналитическую работу: проводят маркетинговые исследования, изучают рынки, анализируют предложения конкурентов, исследуют потребности в новых технологиях. На основе полученной информации разрабатывают и реализуют маркетинговые и рекламные стратегии, оценивают риски и осуществляют мониторинг эффективности продвижения инновационных продуктов.</p> <p>Студентам программы «Маркетинг инноваций» предлагается комплекс дисциплин в области маркетинговой аналитики, инструментов маркетинга, маркетинга инноваций и цифрового маркетинга.</p> <p>Обучение по программе позволит получить глубокие знания и профессиональные навыки в области формирования и реализации стратегий управления инновационными продуктами, ценообразования, дистрибуции, а также продвижения инноваций в офлайн и онлайн средах.</p>

Руководитель программы	Окольнишникова Ирина Юрьевна, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента Института маркетинга ГУУ, Почетный работник высшего образования РФ, эксперт Российской академии наук, доктор экономических наук, профессор
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none"> • Преемственность 30-летних традиций подготовки специалистов в области маркетинга • Программа соответствует требованиям работодателей – ведущих отечественных инновационных и высокотехнологичных компаний • На программе работают ведущие профессора и преподаватели, имеющие практический опыт разработки маркетинговых проектов, а также представители индустрии инновационных продуктов и интеллектуальных систем • Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда • Высокий уровень стартовой зарплаты • Ориентация программы на актуальные должностные позиции • Активное взаимодействие с профессиональным сообществом • Практика в ведущих инновационных компаниях, участие в разработке и реализации их маркетинговых программ. Многие наши выпускники строят на этой основе свой бизнес
Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе	<ul style="list-style-type: none"> • Образовательная программа структурирована по модульному принципу. При успешном освоении модулей выпускник может работать на нескольких должностях в сфере маркетинга инновационной продукции • Выполнение маркетинговых проектов в цифровой среде • Разработка проектных работ и выпускной квалификационной работы на примере конкретных рынков для действующих компаний, работающих с инновационной, наукоемкой и высокотехнологичной продукцией • Участие в мастер-классах и тренингах, проводимых практиками инновационного бизнеса, многие из которых являются нашими выпускниками • Формирование персонального портфолио студентов в процессе обучения
Деловые партнеры	<ul style="list-style-type: none"> • ООО «Инновационный центр «КАМАЗ» в Сколково • ПАО «Вымпелком» (Билайн) • Инновационный фонд «Транспортные инновации Москвы» • ФГАНУ «Социоцентр» • Компания «EVOCARGO» • ООО «СКАНМАРКЕТ» • Передовая инженерная школа Московского Политеха • Brand Analytics • Рекламная группа «Драйв» • Рекламное агентство «ТВИГА» • Портал SDG Media и др.
Профессиональные дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг инноваций • Маркетинг экосистемных проектов • Маркетинг цифровых продуктов • Инновационные технологии в маркетинге • Маркетинговые исследования

- Анализ и прогнозирование hi-tech рынков
- Бенчмаркинг инновационных продуктов
- Поведение потребителей инновационных продуктов
- Управление сбытом инновационных продуктов
- Брендирование наукоемких продуктов
- Грантрайтинг на рынке инноваций
- GR-менеджмент инновационного бизнеса
- Маркетинговые коммуникации
- Антикризисный PR-менеджмент наукоемких продуктов и технологий
- Продвижение стартапов в цифровой среде
- Продвижение проектов устойчивого развития
- Продвижение наукоемких и высокотехнологичных продуктов
- Разработка и продвижение маркетинговых кампаний
- Оценка эффективности инновационного проекта

Трудоустройство выпускников

- ВЦИОМ
- Билайн
- Яндекс
- Мегафон
- Газпром Медиа
- ИТАР ТАСС
- СКАНМАРКЕТ
- АНО "Агентство по содействию устойчивому развитию общества - ИМПАКТО"
- АО "Нейротренд"
- ООО "Новый Ай Ти Проект"
- ООО "Биосигм"
- Рекламная группа «Драйв»
- Рекламное агентство «ТВИГА»
- Портал SDG Media
- Государственный научный центр РФ ФГУП «НАМИ»
- ГУП «Мосавтотранс»
- ПАО «КАМАЗ»
- ГУП «Мосгортранс» Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы
- Объединенная машиностроительная корпорация и др.