

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины **ИННОВАЦИИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объективная необходимость нововведений, как особой науки</li> <li>Объективная необходимость нововведений, как особой науки.</li> <li>2. Стадии управления инновационным проектом.</li> <li>3. Тенденции и разновидности развития науки.</li> <li>4. Научно-техническая политика. Типы инновационных стратегий.</li> <li>5. Содержание инновационного процесса.</li> <li>6. Жизненный цикл нововведений и стадии инновационного процесса.</li> <li>7. Современная парадигма управления инновационной деятельностью крупных компаний.</li> <li>8. Национальная система государственного регулирования инновационной деятельности.</li> <li>9. Инновационный процесс в торговле.</li> </ol>
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	<p>«Экономика организации»          «Математика»          «Управление проектом»</p>
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	ДПК-2: способность применять инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<p><b>ДПК-2:</b>  <i>Знать:</i>          - основные этапы инновационного процесса на предприятии;          - формы участия в разработке инновационных методов средств и технологий коммерческой рекламной, логистической и (или) товароведной) деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i>          - применять способы выявления, формирования и удовлетворения потребностей разных категорий покупателей с учетом инноваций;</p> <p><i>Владеть:</i>          - технологией оценки и прогнозирования потребностей покупателей на новые товары и технологии с учетом специфики отечественного рынка;          - навыками выявления, формирования и удовлетворения потребностей разных категорий покупателей с учетом инноваций.</p>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail

<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, рейтинг-контроли
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Зачет

Составитель аннотации,  
специалист по УМР кафедры КиГ

Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06

О.П.Полоцкая

24.08.2019