

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Маркетинг технологических продуктов (TechnoMarketing)»**

Направление подготовки: повышение квалификации

Цель: освоение слушателями методологии и инструментов, применяемых в маркетинге для продвижения и вывода на рынок инновационных технологических продуктов; формирование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере разработки, производства и внедрения инновационных технологий на рынок; способности анализировать рынок предметной технологической и инновационной области, маркетинга разработок.

Категория слушателей: руководители и специалисты отделов управления продуктами, маркетинга, продаж высокотехнологичных компаний, имеющие высшее образование.

Трудоемкость программы: 4 зач. ед. /144 часа

Срок обучения: 6 месяцев

Форма обучения: заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий в полном объеме (ДОТ)

Форма организации учебного процесса: модульная

Режим занятий: 2 дня в неделю по 4 академических часа в день

№ п/п	Наименование дисциплин, тем	Трудоемкость		Обучение с использованием ДОТ		Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	лекции	семинары	
1.	Модуль 1. Инновационное развитие бизнеса компании: формирование идеи технологического инновационного продукта	0,5	18	14	4	зачёт
2.	Модуль 2. Анализ рыночных возможностей инновационного продукта	0,5	18	6	12	зачёт
3.	Модуль 3. Коммерциализация продукта на основе инновационной технологии: переход от идеи продукта к рыночной реализации	1	36	14	22	зачёт
4.	Модуль 4. Маркетинговое планирование развития инновационного продукта	1,5	54	18	36	зачёт
5.	Модуль 5. Развитие инновационного продукта компании	0,5	18	8	10	зачет
	ИТОГО:	4	144	58	86	
	Итоговая аттестация:	зачёт*				

*Итоговая аттестация (зачет) проводится в форме тестирования