**ВВЕДЕНИЕ**

УМК (ЭУМК) по учебной дисциплине «Маркетинг инноваций» является результатом обобщения теоретических источников по проблемам маркетинга инноваций, опыта работы предприятий в области инновационной деятельности и действующих в стране нормативных актов в данной области. Инновации становятся основным трендом современного экономического развития. Происходят изменения в структуре видов хозяйственной деятельности и производств. Коммерчески успешными становятся субъекты хозяйствования, которые способны прогнозировать инновационные потребности, генерировать создание продуктов, соответствующих новым потребностям. В этой связи особая роль принадлежит маркетингу инноваций.

Данный УМК (ЭУМК) разработан в соответствии с учебной программой «Маркетинг инноваций» по специальности «Маркетинг». Материал может быть полезен менеджерам в решении практических вопросов повышения результативности инновационной деятельности, поскольку в нем излагаются не только теоретические вопросы, но и предлагаются для решения практические задания и ситуации из маркетинга инноваций.

УМК (ЭУМК) состоит из учебно-программной документации (учебная программа, рабочий вариант учебной программы по дисциплине), теоретического раздела в виде конспекта лекций, практического раздела, который содержит задания для проведения практических и лабораторных занятий: задачи и рыночные ситуации. В структуре УМК (ЭУМК) содержится раздел контроля (тесты, вопросы к зачету). Вспомогательный раздел содержит список литературы для более глубокого изучения дисциплины.

В УМК (ЭУМК) структурированы методологические основы и принципы маркетинга инноваций. Особое внимание уделено визуализации учебного материала. Подобный подход облегчает восприятие учебного материала и полностью соответствует важнейшему принципу дидактики – наглядности.