



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ»
Обов'язкова дисципліна

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма «Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю»
Рік навчання 1, семестр 2
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор:

Витвицька Ольга Данилівна, д.е.н., професор

Контактна інформація

e-mail:

Сторінка курсу в eLearn:

Vod1010@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1188>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» – є придбання теоретичних знань в області маркетингу інновацій та інноваційного маркетингу та набуття практичних навичок щодо просування нововведень на ринку товарів і послуг. Основні завдання дисципліни:- вивчення загальних принципів і методів орієнтації виробництва і збуту на більш повне ніж конкуренти задоволення існуючих потреб споживачів за допомогою різного роду інновацій;- формування навичок ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів;- вивчення сучасних методів і прийомів генерування і відбору ідей нових товарів; - вивчення методів обґрунтування відповідності нових товарів ринковим вимогам;- вивчення методів формування і стимулювання попиту на принципово нові інноваційні товари (як вироби, так і послуги), призначені для задоволення існуючих потреб споживачів новим але нетрадиційним способом, а також прихованих (неявних) потреб або нових потреб.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати задачі і проблеми різного рівня складності в сфері управління або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог, що передбачає застосування базових теоретичних знань, розвинутої системи логічного мислення, комплексу теорій та методів фундаментальних і прикладних наук.

загальні компетентності (ЗК): ЗК1. Здатність до проведення наукових досліджень на високому професійному рівні. ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК3. Здатність застосовувати інформаційні і комунікаційні технології для пошуку та аналізу науково-технічної інформації, організації наукових досліджень та оброблення одержаних результатів. ЗК5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, діяти соціально відповідально. ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК8. Здатність переосмислювати наявне та створювати нове цілісні знання та/або професійну практику в інноваційно –консультаційній сфері.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК): СК3. Здатність самостійно планувати, організувати та проводити наукові дослідження, у тому числі мультидисциплінарні, в умовах навчальних, науково-дослідних лабораторій та у виробничих умовах, прогнозувати та оцінювати отримані результати. СК5. Здатність створювати та організувати ефективні комунікації в процесі управління. СК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми. СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість. СК10. Здатність до управління організацією та її інноваційним розвитком. СК11. Здатність приймати раціональні технічні й технологічні рішення, впроваджувати інноваційні розробки у виробництво та обґрунтовувати доцільність їх реалізації з врахуванням соціально значущих проблем основ аграрного сектору, економіки, логістики, інформаційних

технологій. СК13. Здатність організувати та розвивати зовнішньоекономічні зв'язки в інноваційному середовищі.

Програмні результати навчання: ПРН4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї. ПРН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність. ПРН7. Організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті. ПРН11. Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу. ПРН15. Знати фінансові показники інноваційної діяльності за сучасними методиками з урахуванням галузевих, регіональних, корпоративних особливостей та прогнозів. ПРН18. Уміння працювати з електронними дорадчими системами.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Змістовний модуль 1. Теоретичні положення маркетингу інновацій				
Тема 1. Інновація як об'єкт маркетингової політики	3/3	Здатність визначити загальні принципи маркетингу інновацій. Виконання оцінки та позиціонування інноваційного товару, прийняття рішень у ситуаціях необхідності створення нових умов ринку для сприйняття інновацій	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	17
Тема 2. Маркетингове дослідження ринку інновацій	4/4	Здатність до визначення основних положень маркетингу інновацій . Здатність використовувати методи дослідження ринку інновацій	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	17
Тема 3. Стратегічні рішення в маркетингу інновацій	4/4	Здатність до розробки стратегій маркетингу інновацій за принципом ефективного використання результатів.Здатність використовувати стратегії маркетингу інновацій.	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	18
Тема 4. Маркетингові рішення у товарній інноваційній	4/4	Здатність використовувати маркетингові рішення у товарній інноваційній	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	18

політиці		політиці		
			Виконання модульного тесту	30
Всього за змістовним модулем 1				100
Змістовний модуль 2. Стратегічні рішення маркетингу інновацій				
Тема 5. Маркетинг технологічних інновацій	3/3	Знати основні етапи створення нового продукту та чинники, що впливають на організацію інноваційної діяльності. Розуміти методичні підходи і вміти оцінювати ринкові перспективи інноваційного продукту.	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	17
Тема 6. Маркетингові цінові рішення при виведенні інновації на ринок	4/4	Здатність до обґрунтування цінових рішень при виведенні інновації на ринок. Здатність розробляти маркетингові цінові рішення.	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	17
Тема 7. Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновації	4/4	Здатність використання знань, вмінь та навичок у дистрибуції інновацій. Здатність визначення роздрібною ціни на новий товар	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	18
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій	4/4	Здатність самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку маркетингу інновацій, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	18
			Виконання модульного тесту	30
Всього за змістовним модулем 1				100
Всього за 2 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перекладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад,
---	---

	лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Презентації повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із директором інституту)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Закон України "Про інноваційну діяльність". // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 2002. - № 36.
2. Закон України "Про пріоритетні напрямки розвитку науки і техніки", 11 липня 2001 року № 2633 - III // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 2001. - № 48. - с. 253.
3. Закон України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні", 16 січня 2003 року № 433 - IV // Відомості Верховної Ради. - 2003. - № 13. - С. 354 - 358.
4. Закон України "Про інвестиційну діяльність" // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 1991. - № 47.
5. Витвицька О.Д., Скрипниченко В.А. Маркетинг інновацій: Посібник. Київ: ТОВ "Агрармедіагруп", 2016. 380с.
6. Маркетинг: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2019. С.345.
7. Маркетинг: підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка; кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І. Л. Решетнікова. К.: КНЕУ, 2008. 600 с.
8. Менеджмент та маркетинг інновацій : Монографія / [за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка]. Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. 616 с.

Інформаційні ресурси

1. http://studme.com.ua/1531072715077/marketing/innovatsionnyy_marketing.htm
2. <http://directory.kpi.ua/Curriculum/25991>
3. http://elkniga.info/book_144_glava_23_4.1_Sutn%D1%96st_ta_prin%D1%81ipova_v%E F%BF%BD.html
4. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2018>
5. <http://msd.in.ua/sutnist-ta-ocinka-marketingovogo-potencialu-pidpriyemstva/6>. <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCEQFjAB&url=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua%2Fcgi-bin%2Fi>