



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ»
Вибіркова 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, Вишнівська Богданна Вікторівна, к.е.н., доцент

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 формування теоретичних знань в області маркетингу інновацій 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 складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

загальні компетентності (ЗК): ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети; ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК): СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани; СК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом. СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію; СК11*. Здатність приймати раціональні технічні й технологічні рішення, впроваджувати інноваційні розробки у виробництво та обґрунтовувати доцільність їх реалізації, надавати консалтингові послуги з врахуванням соціально важливих засад аграрної сфери.

Програмні результати навчання: ПРН13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу). ПРН14*. Вміти організовувати та здійснювати інноваційно-консалтингову діяльність у аграрній сфері, застосовувати сценарне прогнозування тенденцій розвитку ринку нових агротехнологій на основі сучасних концепцій управління.

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	1/3	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	15
Тема 2. Маркетингове дослідження ринку інновацій	2/4	Здатність до визначення основних положень маркетингу інновацій . Здатність використовувати методи дослідження ринку інновацій	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
Тема 3. Стратегічні рішення в маркетингу інновацій	2/4	Здатність до розробки стратегій маркетингу інновацій за принципом ефективного використання результатів.Здатність використовувати стратегії маркетингу інновацій.	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
Тема 4. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці	2/4	Здатність використовувати маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
			Виконання самостійної роботи 1 в elearn	10
			Виконання модульного тесту	30
Всього за змістовним модулем 1				100
Змістовний модуль 2. Стратегічні рішення маркетингу інновацій				

Тема 5. Маркетинг технологічних інновацій	2/3	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	15
Тема 6. Маркетингові цінові рішення при виведенні інновації на ринок	2/4	Здатність до обґрунтування цінових рішень при виведенні інновації на ринок. Здатність розробляти маркетингові цінові рішення.	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
Тема 7. Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновації	2/4	Здатність використання знань, вмінь та навичок у дистрибуції інновацій. Здатність визначення роздрібною ціни на новий товар	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій	2/4	Здатність самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку маркетингу інновацій, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях	Питання, ситуаційні вправи, задачі, тести	15
			Виконання самостійної роботи 2 в elearn	10
			Виконання модульного тесту	30
Всього за змістовним модулем 1				100
Всього за 2 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	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	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч.

академічної доброчесності:	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 інноваційної діяльності в Україні", 16 січня 2003 року № 433 - IV // Відомості Верховної Ради. 2003. № 13. С. 354 - 358.
3. Маркетинг: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2019. С.345.
4. 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.
5. Менеджмент та маркетинг інновацій : Монографія / [за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка]. Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. 616 с.
6. Журнали:
 - Маркетинг і менеджмент інновацій
 - Наукові інновації та наукові технології.
 - Наука, технології, інновації.
 - Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій.