

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«Інноваційний маркетинг»
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
4,5	7

1 Мета опанування дисципліни: формування теоретичних знань та практичних навичок щодо використання методів розробки маркетингу інновацій, набуття практичних навичок щодо просування інновацій на ринок у реальному та віртуальному просторі (інформаційних, соціальних мережах).

2 Завдання: формування системи базових знань з теорії і практики прийняття управлінських рішень з розроблення інновацій на основі аналізу потреб ринку; використання методів просування продуктових та технологічних інновацій; визначення ціни на інноваційні об'єкти; використання інтегрованих маркетингових комунікацій у реальній та е-економіці; забезпечення та підвищення іміджу інноваційних об'єктів; формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:

знання і розуміння:

основ сучасної концепції маркетингу інновацій

концепцій маркетингу інновацій з метою створення і підтримання конкурентних переваг методології маркетингових досліджень, придатних для аналізу потреб в інноваціях

класифікаційних ознаки ринкових інновацій в сфері маркетингу

напрямів діяльності з формування комплексу маркетингу з урахуванням специфіки «хайтек»

загальну теорію інформатизації маркетингових процесів, особливості планування та розробки маркетингових заходів для цілей маркетингу в мережі Інтернет

застосування знань і розуміння:

уміння знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами на ринку інноваційних товарів та послуг

уміння користуватися статистичними базами даних, що відображають динаміку інновацій на ринку товарів та послуг

уміння здійснювати дослідження глобального та регіональних ринків інновацій

уміння розробляти комплекс маркетингових заходів щодо просування інноваційної продукції

уміння обґрунтувати, обирати та формувати стратегії успішного впровадження маркетингу інновацій

4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:

1) на державному рівні:

- при участі у формування політики держави у сфері інновацій;
- при розробці концепції, стратегії розвитку ринку інноваційних товарів та послуг;
- при ініціюванні і розробці програм співробітництва з міжнародними організаціями та асоціаціями;

2) на рівні підприємства:

- при розробці стратегії підприємства, яке впроваджує інновації на ринки;
- при плануванні видів та напрямів економічної діяльності підприємства з інноваційною діяльністю;
- при плануванні міжнародної діяльності.

5 Зміст дисципліни розкривається в темах:

Змістовий модуль 1. Теоретичні положення маркетингу інновацій

Тема 1. Основи та особливості інновацій в маркетингу

Тема 2. Сутність та різновиди інноваційної політики

Тема 3. Управління якістю інноваційного продукту

Тема 4. Маркетинг технологічних інновацій

Змістовий модуль 2. Комплекс мерчандайзингу як процес управління продажем товарів

Тема 5. Маркетингові дослідження інноваційного ринку

Тема 6. Маркетингова цінова політика інноваційного продукту

Тема 7. Комунікаційна політика маркетингу інновацій

Тема 8. Особливості розподілу інноваційного продукту

6 Викладацький склад: к.е.н., доцент Булгакова О.В.