

# УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ



## СИЛАБУС «Маркетинг інновацій»

<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки
<b>Код та назва спеціальності та спеціалізації (за наявності)</b>	Загальноакадемічна база вибіркових дисциплін Рекомендована здобувачам вищої освіти, які навчаються за освітніми програмами підготовки бакалаврів зі спеціальностей 015, 026, 035, 071, 072, 073, 076, 101, 121, 122, 131, 132, 133, 136, 141, 144, 151, 152, 161, 183
<b>Назва освітньої програми</b>	
<b>Освітній ступінь</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС)</b>	4 кредити ЄКТС (120 академічних годин)
<b>Терміни вивчення дисципліни</b>	4-й курс
<b>Назва кафедри, яка викладає дисципліну, аббревіатурне позначення</b>	Інтелектуальної власності та управління проектами (ІВтаУП) <a href="https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2022">https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2022</a>
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Лектор ( викладач)</b>	Кандидат економічних наук, доцент <b>Фонарьова Тетяна Анатоліївна</b> <a href="mailto:fonarevat@ukr.net">fonarevat@ukr.net</a> <a href="https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2022/p-2/e2703">https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2022/p-2/e2703</a> ШБТ УДУНТ, Гагаріна, 4, кім 246 Телефон викладача +380684053522



<b>Передумови вивчення дисципліни</b>	Знання з менеджменту, маркетингу, управління персоналом, інтелектуальної власності отримані на першому, другому та третьому курсі бакалаврського рівня вищої освіти
<b>Мета навчальної дисципліни</b>	є формування у студентів компетентностей щодо здійснення маркетингової діяльності в галузі інновацій, набуття практичних навичок щодо розробки комплексу маркетингу інновацій, проведення маркетингових досліджень ринку інновацій, прийняття стратегічних рішень у товарній, ціновій політиці, а також у просуванні інновацій на ринок у реальному та Інтернет просторі.
<b>Очікувані результати навчання</b>	- прийняття управлінських рішень з розроблення інновацій на основі досліджень ринку; - використання методів просування для інновацій; - визначення ціни на інновації; - використання маркетингових комунікацій у реальній та електронній комерції. У результаті оволодіння теоретичними знаннями з дисципліни «Маркетинг інновацій»

	<p>студенти повинні <b>знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зміст сучасної концепції маркетингу інновацій;</li> <li>- види маркетингових досліджень, які дозволяють виявити потреби в інноваціях і на їх основі перспективи розвитку нових ринків;</li> <li>- аспекти створення і підтримання конкурентних переваг в маркетингу інновацій;</li> <li>- методичні підходи до відбору цільових сегментів у маркетингу інновацій;</li> <li>- методи формування комплексу маркетингу для інновацій;</li> <li>- основні етапи управління маркетингом інновацій;</li> </ul> <p><b>вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- досліджувати ринок інновацій, здійснювати моніторинг чинників зовнішнього середовища;</li> <li>- здійснювати розробку стратегій маркетингу інновацій;</li> <li>- проводити сегментування, відбір цільових сегментів та позиціонування інноваційного продукту;</li> <li>- розробляти комплекс маркетингових заходів щодо інноваційної продукції;</li> <li>- обґрунтовувати стратегії успішного впровадження маркетингу інновацій;</li> <li>- формувати систему управління маркетингом інновацій.</li> </ul>
<b>Зміст дисципліни</b>	<p>Модуль 1. Товарна політика в маркетингу інновацій.  Модуль 2. Цінова політика в маркетингу інновацій.  Модуль 3. Розподільча політика на ринку інновацій.  Модуль 4. Комунікаційна політика в маркетингу інновацій.</p>
<b>Контрольні заходи та критерії оцінювання</b>	<p>Оцінювання модулів 1, 2, 3, 4 здійснюється за результатами виконання підсумкової контрольної роботи у тестовій формі</p>
<b>Політика викладання</b>	<p>Студентоцентрована, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Елементи дистанційного (online, електронного) навчання. Лекції, практичні заняття, індивідуальні заняття, самостійна робота з методичним забезпеченням дисциплін та ініціативна самостійна робота. Консультації.</p>
<b>Засоби навчання</b>	<p>Навчальний процес передбачає використання графічних та технічних засобів для проведення інтерактивних лекцій та практичних занять, а також програмного забезпечення для підтримки дистанційного навчання.</p>
<b>Навчально-методичне забезпечення</b>	<p><b>Основна література.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Квасова Л.С., Сивопляс Ю.В., Фонарьова Т.А. Маркетинг інновацій: Конспект лекцій. – Дніпро: НМетАУ, 2013. – 46 с.</li> <li>2 Квасова Л. С., Фонарьова Т. А. Маркетинг: Конспект лекцій. Дніпро: НМетАУ, 2020. 57 с.</li> <li>3. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.</li> <li>4. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту: магістерський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2014. – 856 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="https://pidruchniki.com/73250/investuvannya/upravlinnya_innovatsiynoyu_diyalnistyu_os_novi_innovatsiynogo_menedzhmentu">https://pidruchniki.com/73250/investuvannya/upravlinnya_innovatsiynoyu_diyalnistyu_os_novi_innovatsiynogo_menedzhmentu</a></li> <li>5 Петренко В.О., Бушуєв К.М. Формування та використання креативної економічної інформації в менеджменті організацій із застосуванням штучного інтелекту. Навч. посібник. Дніпро: НМетАУ, 2020. 63 с.</li> <li>6 Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="https://library.if.ua/book/4/528.html">https://library.if.ua/book/4/528.html</a></li> </ol> <p><b>Додаткова :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / За редакцією В.О. Василенко. - К: ЦУЛ Фенікс, 2003. - 440 с.</li> </ol>

- 2 Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч.- метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2001. - 119 с.
- 3 Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: Підручник. - К.: КНЕУ, 2002. - 266 с.
- 4 Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник - К.: КНЕУ, 2002. -560 с.
- 5 Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна інноваційна політика: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2006. - 400 с.
- 6 Теорія прийняття управлінських рішень / К.Ф. Ковальчук, Д.Є. Козенков, Ю.П. Синиціна, Т.А. Фонарьова [під заг. ред. д.е.н., проф. К.Ф. Ковальчука]: Навчальний посібник. Дніпро: Дріант, 2018. 227 с.
- 7 Міжнародний бенчмаркетинг: Конспект лекцій / Д.Є. Козенков, Т.А. Фонарьова. – Дніпропетровськ, НМетаУ, 2016. – 35 с.
- 8 Шпортько Г.Ю., Фонарьова Т.А. Формування бізнес-стратегій у зовнішньоекономічній діяльності: конспект лекцій. Дніпро : ННІ ПБТ УДУНТ, 2022. 56 с. <https://library.diit.edu.ua/uk/catalog/book/218402>
- Основні нормативно-правові документи:**
1. Господарський кодекс України від 16.01.03 р. № 436 (розділ 7 «Зовнішньоекономічна діяльність»). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Закон України «Про інноваційну діяльність». // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 2002. - № 36.
3. Закон України «Про пріоритетні напрямки розвитку науки і техніки», 11 липня 2001 року № 2633 - III // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 2001. - № 48. - С. 253.
4. Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні», 16 січня 2003 року № 433 - IV // Відомості Верховної Ради. - 2003. - № 13. - С. 354 - 358.
5. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 1991. -№ 47.
6. Закон України «Про підприємництво» // Відомості Верховної Ради (ВВР). -1991.- №14.
7. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінка якості, терміни та визначення. - К., 1994.
8. ДСТУ ISO 9001-95. Системи якості: модель забезпечення якості в процесі проектування, розроблення, виробництва, монтажу та обслуговування. - К., 1995.
9. ДСТУ ISO 2003-95. Системи якості: модель забезпечення якості в процесі контролю готової продукції та її випробувань. - К., 1995.
10. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.91 № 959-ХІІ, зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
11. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 № 93/96-ВР, зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80>
12. Закон України від 15.09.95 р. № 327 «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/327/95-%D0%B2%D1%80#Text>
13. ІНКОТЕРМС, Умови поставки товарів за офіційними правилами тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати у редакції.
14. Методика проведення співставлення даних основних країн-партнерів у зовнішній торгівлі товарами (аналіз методом дзеркальної статистики). Затверджено наказом Держкомстату України від 29 грудня 2000 року № 419. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0419202-00#Text>
15. Методологічні положення розрахунку індексів середніх цін, фізичного обсягу та умов торгівлі у зовнішній торгівлі товарами. Затверджено наказом Держкомстату України від 09.12.2005 р. № 419. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/2005/419/metod.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2005/419/metod.htm)