

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Донецький національний університет економіки і торгівлі**  
**імені Михайла Туган-Барановського**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

На засіданні кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування

Протокол № 22 від "26 серпня" 2018 р.  
Зав. кафедри

 Н.С. Приймак

**РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Ступінь: бакалавр

**Кількість кредитів ECTS 3**

Розробник: Булгакова О.В.  
доц. кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування, к.е.н.

2018 – 2019 навчальний рік

## 1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	<b>Вибіркова для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» (скорочена форма підготовки)</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>3</b>
Загальна кількість годин	<b>90</b>
Кількість модулів	<b>1</b>
Лекції, годин	<b>15</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>21</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>54</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>2,3</b>
самостійної роботи студента	<b>3,6</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма дисципліни

**Ціль** – формування системи знань з теоретичних питань в сфері інноваційного маркетингу та практичних навичок щодо просування нововведень на ринок товарів і послуг.

**Завдання:** розкрити сутність і складові маркетингової інноваційної політики та принципи її формування; вплив різних факторів на склад і зміст процесів формування інноваційної політики; вивчення визначальних положень маркетингу продуктових інновацій; методів ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів; набуття навичок використання сучасних методів і прийомів генерування ідей; функціонально-економічного обґрунтування відповідності нових товарів ринковим вимогам.

**Предмет:** механізм формування маркетингової діяльності підприємств в сфері інновацій та реалізації інноваційних маркетингових інструментів

### **Зміст дисципліни розкривається в темах:**

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

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

### 3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інноваційного маркетингу</b>					
Тема 1. Основи та особливості інновацій в маркетингу	9	2	2	-	5
Тема 2. Сутність та різновиди інноваційної політики	10	2	2	-	6
Тема 3. Управління якістю інноваційного продукту	14	2	4	-	8
Тема 4 Маркетинг технологічних інновацій	12	2	2		8
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>45</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>27</b>
<b>Змістовий модуль 2. Тактичні рішення в інноваційному маркетингу</b>					
Тема 5. Маркетингові дослідження інноваційного ринку	14	2	4	-	8
Тема 6. Маркетингова цінова політика інноваційного продукту	12	2	2	-	8
Тема 7. Комунікаційна політика інноваційного маркетингу	11	2	3	-	6
Тема 8. Особливості розподілу інноваційного продукту	8	1	2	-	5
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>45</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>27</b>
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>-</b>	<b>54</b>

#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Основи та особливості інновацій в маркетингу	2
2	Семінар запитань і відповідей Сутність та різновиди товарної інноваційної політики	2
3	Семінар – дискусія Створення, оцінка та позиціонування інноваційного товару	2
4	Семінар запитань і відповідей Створення ринкових умов для сприйняття інновацій	2
5	Семінар з виконанням практичних задач Маркетинг технологічних інновацій	2
6	Семінар – дискусія Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку інновацій	2
7	Семінар з виконанням практичних задач Інноваційні методи маркетингових досліджень	2
8	Семінар запитань і відповідей Маркетингова цінова політика інноваційного продукту	2
9	Семінар - дискусія Використання CRM-систем у високотехнологічному маркетингу	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Інтегровані маркетингові комунікації на ринку інновацій	1
11	Семінар з виконанням розрахункових задач Особливості розподілу інноваційного продукту	2
<b>Всього</b>		<b>21</b>

#### 5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної наукової літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації за результатами торгів акціями та складання на її підставі таблиць та графіків.
4. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

## 6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема семінарських занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інноваційного маркетингу</b>			
Семінар – розгорнута бесіда Тема 1. Основи та особливості інновацій в маркетингу	5	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність і зміст категорій «маркетинг» та «інновації»; класифікаційні ознаки інновацій; сутність поняття «маркетинг інновацій»; структура маркетинг інновацій; місце маркетинг інновацій серед інших концепцій ведення бізнесу. «Чаша» задоволення потреб. Складові комплексу маркетинг інновацій. Джерела [1, 2, 3, 5, 6, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, заслуховування та обговорювання доповідей
Семінар запитань і відповідей Тема 2. Сутність та різновиди товарної інноваційної політики	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: зміст товарної інноваційної політики підприємств маркетингової орієнтації; номенклатура і асортимент товарної пропозиції; показники товарного асортименту; заходи щодо управління товарним асортиментом; модифікація та модернізація товару. 2. Самотестування. 3. Підготовка до понятійного диктанту.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, понятійний диктант
Семінар – дискусія Тема 3. Семінар – дискусія Створення, оцінка та позиціонування інноваційного товару	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: система техніко-економічних показників оцінювання якості інновацій товарних продуктів; основні методи оцінювання якості продуктових інновацій; розгорнуте визначення якості товарів та послуг; джерела інформації про вимоги ринку до якості товарів та послуг; поняття якісного та високоякісного товару з позицій споживача. Джерело [1, 2, 4, 5, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар запитань і відповідей Тема 4. Створення ринкових умов для сприйняття інновацій	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: тестування нового товару в ринкових умовах; процес сприйняття товару споживачем; бар'єри сприйняття нового товару. Етапи процесу сприйняття новинки; фактори, що впливають на процес сприйняття інновацій; ефективна організація розробки нових товарів; марка і товарний знак; роль товарного знака в просуванні інновації; етапи розробки товарного знака; інновації в упаковці Джерело [1, 2, 4, 5, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення	Тестування, проведення опитування, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар з виконанням практичних задач Тема 5. Маркетинг технологічних інновацій	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: інжиніринг як специфічний продукт в маркетингу; визначення поняття "інжиніринг" і особливостей інжинірингових проектів; основні форми інжинірингу та етапи інвестиційно-інжинірингового процесу; концептуальний інжиніринг Джерело [1, 3, 4, 5, 8]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка шляхом виконання практичних задач з	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень

		розробки програм.впровадження технологічних інновацій	
<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>27</b>		
<b>Змістовий модуль 2. Тактичні рішення в інноваційному маркетингу</b>			
Семінар – дискусія Тема 6. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку інновацій	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: ціль маркетингових досліджень інноваційного ринку; об'єкти маркетингового дослідження на інноваційному ринку; основні напрями маркетингових досліджень інноваційного ринку; вимоги до маркетингових досліджень на ін. новаційному ринку; групи маркетингових методів дослідження на інноваційному ринку. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування
Семінар з виконанням практичних задач Тема 7. Інноваційні методи маркетингових досліджень	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: прогнозування поведінки конкурентів у процесі відстеження та реалізації стратегій інноваційного маркетингу; використання бенчмаркетингу для оптимізації методів планування реалізації стратегій маркетингу інновацій  Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка шляхом аналізу звітів щодо маркетингових досліджень інноваційних продуктів на галузевих ринках.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар запитань і відповідей Тема 8. Маркетингова цінова політика інноваційного продукту	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: цінова політика щодо нововведень; методи ціноутворення на нові продукти; цінові стратегії й методика визначення ціни на базисну, поліпшуючу й продуктову раціоналізуючу інновацію; ціноутворення на наукомістку й науково-технічну продукцію за державними контрактами Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань шляхом вирішення завдань з розрахунку цін на інноваційні продукти з урахуванням реальної ринкової кон'юнктури.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар - дискусія Тема 9. Використання CRM-систем у високотехнологічному маркетингу	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: фактори, що впливають на ефективність процесу сприйняття інновацій; складові інтегрованих маркетингових комунікацій і пошук їхнього застосування в процесі просування інновацій; розробка рекламних повідомлень щодо нових товарів; інноваційні методи PR-маркетингу. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань шляхом визначення графічних моделей комунікацій на ринку інноваційних товарів.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар – розгорнута бесіда Тема 10. Інтегровані маркетингові комунікації на ринку інновацій	2	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: особливості комунікаційного процесу на ринку інновацій; дифузія інноваційних повідомлень та засобів розповсюдження інформації; стратегія і тактика інноваційних маркетингових комунікацій на ринку. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, обговорення повідомлення
Семінар з виконанням	5	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої	Тестування,

розрахункових задач Тема 11. Особливості розподілу інноваційного продукту		літератури для обговорення питань: маркетингова політика розподілу інноваційного продукту; особливості використання каналів розподілу на інноваційному ринку; управління каналами розподілу на інноваційному ринку. Джерело [1, 2, 11]. 2. Самотестування. 3. Добір статистичної інформації щодо ефективності використання різних схем каналів розподілу інноваційних товарів на різних галузевих ринках	фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань, перевірка зібраної інформації
<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>27</b>		
Разом	<b>54</b>		

## 7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

Результати навчання	Компетентності										
	Загальні					Предметно-спеціальні					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1. Знання теоретичних основ поняття «маркетинг інновацій», технологій та інструментів маркетингу інновацій							+	+		+	
2. Знання видів маркетингових досліджень, придатних для аналізу потреб в інноваціях і перспектив розвитку нових ринків, пов'язаних з інноваціями				+				+		+	
3. Знання специфічних особливостей стратегічного й операційного маркетингу інновацій з метою створення і підтримання конкурентних переваг							+		+	+	
4. Знання процесу створення, оцінки та позиціонування нового товару, генерування ідей нового товару, вибір ідей, розробки концепції нового товару та її перевірка			+	+							+
5. Знання стратегій і моделей ціноутворення на нові товари-імітатори, ціноутворення на абсолютно нові товари, особливості ціноутворення на товари субститути				+			+		+	+	
6. Розуміння принципів та методів маркетингових досліджень інновацій, процесів інформаційного забезпечення досліджень ринку інновацій		+	+					+	+		
7. Уміння побудувати та проаналізувати графіки цін для різних типів інноваційного маркетингу								+			
8. Уміння оцінити напрямок динаміки ціни (тренд), чинний в поточний період часу, термін дії тренда і період дії направлення щодо заходів в межах певного виду інноваційного маркетингу				+			+		+		
9. Уміння виконати оцінку та позиціонування інноваційного товару, прийняття рішень у ситуаціях необхідності створення нових умов ринку для сприйняття інновацій			+	+					+		
10. Уміння використовувати методи							+				



дослідження ринку інновацій для презентації результатів маркетингових дослідження, відповідальність за точність і коректність маркетингового дослідження та строки його реалізації											
11. Уміння визначати роздрібну ціну на новий товар з використанням методів кореляційних моделей прогнозування								+		+	+
12. Уміння планувати розробки та створення інноваційного товару, організація та контроль виробництва та виведення на ринок інновації									+		+
13. Здатність самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку маркетингу інновацій, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях									+	+	
14. Здатність до розробки стратегій маркетингу інновацій за принципом ефективного використання результатів					+				+		+

## 8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

## 9. Методи оцінювання

Екзамен.

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

## Оцінювання студентів протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Сума балів
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	1		1	3		4
Тема 2	1		1			2
Тема 3	1		2			3
Тема 4	1		2	2		5
Тема 5	1	3	1		5	10
Разом змістовий модуль 1	5	3	7	5	5	<b>25</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 1	1		1			2
Тема 2	1	2	1			4
Тема 3	1	2		2		5
Тема 4	1		1	2		4
Тема 5	1		1			2
Тема 6	1			2	5	8
Разом змістовий модуль 2	6	4	4	6	5	<b>25</b>
Разом						<b>50</b>

### Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	
60-69	E	3, «задовільно»
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

## 11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

## 12. Рекомендована література

### Основна

1. Управління інноваціями : навч. посібник / О.І. Гуторов, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Турчіна, О.В. Киричок. – Вид. 2-ге, доп. – Харків: «Діса плюс», 2016. – 266 с
2. Баранчєєв В. П. Маркетинг инноваций / В. П. Баранчєєв. – М. : Благовест-В, 2007. – 285 с.
3. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник/ В.О. Василенко, В.Г. Шматько. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 440 с.
4. Дж. Траут. Позиционирование: битва за умы / Дж. Траут, Э. Райс. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.traderacademy.ru/sites/academy/files/generic/05\\_tehnicheskij\\_analiz\\_graficheskij\\_podhodc\\_3.pdf](http://www.traderacademy.ru/sites/academy/files/generic/05_tehnicheskij_analiz_graficheskij_podhodc_3.pdf)
5. Дж. О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шонесси; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с..
6. Організація та управління інноваційною діяльністю: Підпр. / за ред.. проф. П.Г. Перерви, проф. С.А. Меховича, проф. М.І. Погорелової. – Х.: НПУ «ХПУ», 2008. – 1025 с
7. Провайдинг інновацій: Підручник / Денисенко, А.П. Гречан, М.В. Гаман та ін.; за ред. М.П. Денисенка. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 448 с.

### Допоміжна

8. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – Київ : КНЕУ, 2003. – 250 с.
9. Баранчєєв В.П. Управление инновациями: учебник/ В. П. Баранчєєв, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – Москва : Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 711 с.
10. Бубенко П. Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку: монографія / П. Т. Бубенко. – Харків : НТУ «ХП», 2002. – 316 с
11. Воронков Д.К., Погорелов Ю.С. Развитие предприятия: управление змінами та інновації : монографія / Д.К. Воронков, Ю.С. Погорелов. – Х. : АдВА, 2009. – 435

- 12 Виноградова О.В. Реінжиніринг бізнес-процесів торговельних; підприємств : монографія / О.В. Виноградова. -Донецьк ДонДУЕТ, 2006.- 183 с
- 13 Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.
- 14 Дорофіенко В. В., Калинович С. В., Жеребьев Я. И. Рынок инноваций: Учеб. пособ. - Макеевка: ДоиПЛСЛ, 2006. — 360 с.
- 15 Дайновський Ю. А. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. / Ю. А. Дайновський. — Львів. : Новий Світ-2010, 2010. — 244 с.
- 16 Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.Й. Гречан та ін.; Під ред.. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
- 17 Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: Монографія/ Ю. В. Каракай. - К.: КНЕУ, 2005. - 226 с.
18. Менеджмент та маркетинг інновацій / За ред.. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
- 19 Мозер, Клаус. Психология маркетинга и рекламы/ Клаус Мозер. - Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2004. - 380 с.
20. Фірсова, С. Г. Маркетинг нововведень: дослідження, сегментування, прогнозування: навчальний посібник / С. Г. Фірсова. - К. : Атіка, 2010. - 240 с.
21. Щербань В.М. Товарна інноваційна політика: Навчальний посібник/ В.М. Щербань, Л.Д. Козубенко. - К.: Кондор, 2006. - 400 с

### **Інформаційні ресурси**

- 22 Офіційний сайт міжнародного агентства новин і фінансової інформації Reuters [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.reuters.com/](http://www.reuters.com/)
- 23 Офіційний сайт міжнародного агентства фінансової інформації Dow Jones [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.dowjones.com/](http://www.dowjones.com/)
- 24 Офіційний сайт міжнародного агентства фінансової інформації Bloomberg [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bloomberg.com/>
- 25 Офіційний сайт інформаційної системи Tenfore [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tenfore.net](http://www.tenfore.net)
- 26 Закон України "Про інноваційну діяльність". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
- 27 Закон України "Про пріоритетні напрямки розвитку науки і техніки" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-14>
- 28 Закон України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
- 29 Закон України "Про інвестиційну діяльність" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>

30 Закон України "Про підприємництво" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>