

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 №1 від 26 серпня 2024 р
Завідувач кафедри



_____ Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник: Барабанова В.В.
доцент, к.е.н.

2024 – 2025 навчальний рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів освітньої програми) / вибіркова дисципліна	Вибіркова дисципліна для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг і реклама»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість змістових модулів	2
Лекції, годин	28
Практичні / семінарські, годин	42
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	80
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	5
самостійної роботи студента	5
Вид контролю	екзамен

2. Програма навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни полягає у вивченні сутності інновацій та інноваційної маркетингової діяльності, формуванні у здобувачів вищої освіти системи спеціальних знань у сфері інноваційного маркетингу та практичних навичок щодо просування нововведень на ринок товарів і послуг; уміння прийняття рішень на основі маркетингових інновацій для задоволення потреб споживачів.

Завдання дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері інноваційного маркетингу; формуванні вмінь та навичок визначення й ознайомлення з маркетинговим підходом до інноваційної діяльності; використання знань щодо функцій та змісту інноваційного маркетингу; ознайомлення з концепціями інноваційного маркетингу; оцінювання маркетингових досліджень інновацій; управління клієнтоорієнтованістю та розвитком взаємовідносин із клієнтом; ознайомлення із латеральним, нейромаркетингом, вірусним, партизанським, сенсорним та інтернет-маркетингом як інноваційними видами маркетингу.

Предмет: концепції, стратегії, методи, інструменти, механізми інноваційного маркетингу

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1 Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності

Тема 2. Функції та зміст інноваційного маркетингу

Тема 3. Концепції інноваційного маркетингу

Тема 4. Проведення маркетингових досліджень інновацій

Тема 5. Клієнтоорієнтованість. Розвиток взаємовідносин із клієнтом

Тема 6. Латеральний маркетинг як інноваційний вид маркетингу

Тема 7. Вірусний та партизанський маркетинг як інноваційні види маркетингу

Тема 8. Сенсорний маркетинг як інноваційний вид маркетингу

Тема 9. Нейромаркетинг та його інноваційні технології

Тема 10. Прогресивні технології інтернет-маркетингу

Тема 11. Інноваційні технології маркетингу у соціальних мережах

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Місце і роль маркетингу в умовах інноваційної маркетингової діяльності					
Тема 1. Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності	14	2	4		8
Тема 2. Функції та зміст інноваційного маркетингу	14	2	4		8
Тема 3. Концепції інноваційного маркетингу	14	4	4		8
Тема 4. Проведення маркетингових досліджень інновацій	14	2	4		8
Тема 5. Клієнтоорієнтованість. Розвиток взаємовідносин із клієнтом.	14	2	4		8
Разом за змістовим модулем 1	72	12	20		40
Змістовий модуль 2. Інструментарій інноваційного маркетингу					
Тема 6. Латеральний маркетинг як інноваційний вид маркетингу	14	2	4		8
Тема 7. Вірусний та партизанський маркетинг як інноваційні види маркетингу	14	2	4		8
Тема 8. Сенсорний маркетинг як інноваційний вид маркетингу	14	2	4		8
Тема 9. Нейромаркетинг та його інноваційні технології	14	2	4		8
Тема 10. Прогресивні технології інтернет-маркетингу	16	4	4		8
Тема 11. Інноваційні технології маркетингу у соціальних мережах	14	4	2		8
Разом за змістовим модулем 2	78	16	22		40
Усього годин	150	28	42		80

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда Зміст і поняття інноваційного маркетингу	2
2	Семінар запитань і відповідей Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності	2
3	Семінар запитань і відповідей Різновиди маркетингових стратегій та їх характеристика	2
4	Семінар запитань і відповідей Формування маркетингових інноваційних стратегій для бізнесу	2
5	Семінар запитань і відповідей Сучасні концепції інноваційного маркетингу	2
6	Семінар – розгорнута бесіда Характеристика концепцій інноваційного маркетингу	2
7	Семінар запитань і відповідей Маркетингові дослідження інновацій	2
8	Семінар – розгорнута бесіда Особливості проведення маркетингових досліджень інновацій	2
9	Семінар запитань і відповідей Характеристика клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії в компанії	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Сучасний розвиток взаємовідносин із клієнтами	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Концепція, сутність та поняття латерального маркетингу	2
12	Семінар – розгорнута бесіда Основні інструменти латерального маркетингу	2
13	Семінар запитань і відповідей Інструменти партизанського маркетингу	2
14	Семінар запитань і відповідей Напрями та перспективи використання вірусного маркетингу	2
15	Семінар – розгорнута бесіда Сенсорний маркетинг як інноваційний вид маркетингу	2
16	Семінар запитань і відповідей Напрями використання сенсорного маркетингу	2

17	Семінар запитань і відповідей Сучасні напрямки та види нейромаркетингу	2
18	Семінар – розгорнута бесіда Нейромаркетинг як ефективний вид маркетингу	2
19	Семінар запитань і відповідей Інноваційні інструменти інтернет-маркетингу	2
20	Семінар запитань і відповідей Основні технології Інтернет –маркетингу	2
21	Семінар запитань і відповідей Інноваційні технології маркетингу у соціальних мережах	2
	Разом	42

5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: екзамен

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 (очна форма навчання)

№ теми семінарського/ практичного заняття	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Тема 1	2	1	1			4
Тема 2	2	1				3
Тема 3	2		1			3
Тема 4	1	1				2
Тема 5				2		2
Тема 6				2		2
Тема 7	1			2		3
Тема 8		1		2		3
Тема 9				1		1
Тема 10			1	1		2
Разом змістовий модуль 1	8	4	3	10		25

Змістовий модуль 2						
Тема 11	1		1	1		3
Тема 12	1			1		2
Тема 13	1			1		2
Тема 14	1			1		2
Тема 15	1	1		1		3
Тема 16		1		1		2
Тема 17		1		1		2
Тема 18		1		1		2
Тема 19	1		1	1		3
Тема 20	1			1		2
Тема 21	1		1			2
Разом змістовий модуль 2	8	4	3	10		25
Разом	16	8	6	20		50

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

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