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 27.08.2020 р.
Завідувач кафедри
_____ Н.С. Іванова

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

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

2020 – 2021 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова *(для студентів спеціальності "назва спеціальності")* / вибіркова дисципліна	**Вибіркова дисципліна для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»**
Семестр *(осінній / весняний)*	**осінній**
Кількість кредитів	**5**
Загальна кількість годин	**150**
Кількість модулів	**1**
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**

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: закономірність і принципи формування маркетингової діяльність підприємств в сфері інновацій

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Основи та особливості маркетингу інновацій
Тема 2. Сутність та різновиди товарної 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				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інноваційного маркетингу					
Тема 1. Основи та особливості маркетингу інновацій	18	3	5		10
Тема 2. Сутність та різновиди товарної інноваційної політики	18	3	5		10
Тема 3. Управління якістю інноваційного продукту	18	3	5		10
Тема 4. Маркетинг технологічних інновацій	18	3	5		10
Разом за змістовим модулем 1	**72**	**12**	**20**		**40**
Змістовий модуль 2. Тактичні рішення в інноваційному маркетингу					
Тема 5. Маркетингові дослідження інноваційного ринку	19	4	5		10
Тема 6. Маркетингова цінова політика інноваційного продукту	19	4	5		10
Тема 7. Комунікаційна політика маркетингу інновацій	20	4	6		10
Тема 8. Особливості розподілу інноваційного продукту	20	4	6		10
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 Основи та особливості маркетингу інновацій	2
2	Семінар запитань і відповідей Сутність та різновиди товарної інноваційної політики	2
3	Семінар запитань і відповідей Адаптація організаційної моделі управління підприємством до сприйняття маркетингу інновацій.	2
4	Семінар запитань і відповідей Зміст товарної інноваційної політики підприємств маркетингової орієнтації; номенклатура і асортимент товарної пропозиції	2

5	Семінар запитань і відповідей Управління якістю інноваційного продукту	2
6	Семінар – розгорнута бесіда Апробація інновацій на ринку. Вивчення реакції покупців на новий товар	2
7	Семінар запитань і відповідей Поняття якісного та високоякісного товару з позицій споживача	2
8	Семінар – розгорнута бесіда Маркетинг технологічних інновацій	2
9	Семінар запитань і відповідей Сегментування ринку інновації	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Інжиніринг як специфічний продукт в маркетингу; визначення поняття "інжиніринг" і особливостей інжинірингових проектів	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Маркетингові дослідження інноваційного ринку	2
12	Семінар – розгорнута бесіда Технології захисту інновації від конкурентів.	2
13	Практичне заняття Основні напрями маркетингових досліджень інноваційного ринку	2
14	Семінар запитань і відповідей Маркетингова цінова політика інноваційного продукту	2
15	Семінар – розгорнута бесіда Розробка концепції нового товару та її перевірка	2
16	Практичне заняття Методи ціноутворення на нові продукти; цінові стратегії й методика визначення ціни на базисну, поліпшуючу й продуктову раціональну інновацію	2
17	Семінар запитань і відповідей Комунікаційна політика маркетингу інновацій	2
18	Семінар – розгорнута бесіда Вибір оптимального каналу розповсюдження реклами нового продукту	2
19	Семінар запитань і відповідей Розробка рекламних повідомлень щодо нових товарів; інноваційні методи PR-маркетингу	2
20	Практичне заняття Особливості розподілу інноваційного продукту	2
21	Семінар запитань і відповідей Управління каналами розподілу на інноваційному ринку	2
	Разом	**42**

5. Розподіл балів, які отримують студенти

А) 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 проведені підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарського/практичного заняття	Аудиторна робот				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	2			5
Тема 3	2	1		5		8
Тема 4	2	1		5		8
Разом змістовий модуль1	**8**	**4**	3	**10**		**25**
Змістовий модуль 2						
Тема 5	2	2				4
Тема 6	2	2	1			5
Тема 7	2		2	5		9
Тема 8	2			5		7
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		

Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

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	