

Назва. Маркетинг інновацій

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. II.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Мартиненко М. В., д.е.н., проф

Результати навчання.

здатність обґрунтовувати напрями проведення маркетингових досліджень інновацій та проводити їх позиціонування

здатність визначати основні характеристики інновацій та особливості інноваційної продукції

здатність формулювати основні завдання для досягнення цілей маркетингової діяльності на ринку інновацій

здатність визначати основні етапи маркетингових досліджень на ринку інновацій

здатність здійснювати сегментацію на ринку інноваційної продукції

здатність розробляти маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці

здатність розробляти цінову політику у процесі виведення інновацій на ринок

здатність розробляти маркетингові та логістичні рішення у процесі дистрибуції інновацій

здатність впроваджувати інтегровані маркетингові комунікації для просування інновацій

здатність застосовувати сучасні інтернет-технології в процесі маркетингу інновацій

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. "Маркетинг", "Менеджмент", "Економіка підприємства", "Бренд-менеджмент".

Зміст.

Інновація як об'єкт маркетингу. Сутність та завдання маркетингу інновацій. Маркетингові дослідження ринку інновацій. Сегментація на ринку інноваційних продуктів. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці. Маркетингові цінові рішення у виведенні інновації на ринок. Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновації. Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій. Особливості інтернет-маркетингу інновацій. Підходи до оцінювання ефективності маркетингу інновацій.

Рекомендовані джерела.

1. Андрейчиков А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: учебник / А. В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. – 396 с.

2. Баранчеев В. П. Маркетинг инноваций / В. П. Баранчеев. – М. : Благовест-В, 2007. – 506 с.
3. Боровиков В. STATISTICA: искусство анализа данных на компьютере (с CD-ROM) / Боровиков В. – 2 изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2003. – 700 с.
4. Каленская Н. В. Маркетинг инноваций: учебное пособие / Н. В. Каленская. – Казань, 2012. – 186 с.
5. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Практикум по маркетингу: ситуационные задачи и тест-контроль / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова – М. : ЮНИТИ, 2005. – 215 с.
6. Кухарская Н. А. Маркетинг инноваций: учебное пособие / Н. А. Кухарская, Л. В. Новошинская. – Одесса: «Атлант ВОІ СОІУ», 2016. – 215 с.
7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
8. Малхора Н. К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / Н. К. Малахора ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2002. – 960 с.
9. Маркетинг инноваций: метод. указания для самостоятельной работы / К.В. Чепелева; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2013. – 46 с.
10. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. –Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. – 615 с.
11. Траут Дж. Позиционирование: битва за умы / Дж. Траут, Э. Райс. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.
12. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 448 с.
13. Федосеев В. В. Экономико-математические методы и модели в маркетинге : учебн. пособ. для вузов / под ред. В. В. Федосеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 159 с.

Методи навчання.

Лекції, практичні та лабораторні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування);
- тести
- контрольні роботи
- підсумковий контроль (іспит).

Мова навчання. Українська.