

Назва. Маркетингова товарна політика

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 6.

Кількість кредитів ЄКТС. 4.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада Холодний Г.О., канд. ек. наук, доц.

Результати навчання:

- виявляти розуміння сутності маркетингової товарної політики;
- обґрунтовувати маркетингові рішення в процесі стратегічного планування інноваційного процесу;
- забезпечувати реалізацію товарної інноваційної політики;
- оцінювати ефективність товарної інноваційної політики.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Управління товарними марками».

Зміст. Основи товарної інноваційної політики. Новий товар в концепції маркетингу. Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики. Системне управління якістю продуктових інновацій. Планування та організація процесу створення нового товару. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту. Дизайн нового товару. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики.

Рекомендовані джерела.

1. Верещагіна Г. В. Управління інноваційними проектами. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. – 127 с.
2. Коюда О.П. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності / Коюда О.П., Лисенко Л.А. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 223 с.
3. Орлов П.А. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку. : наукове видання / П.А. Орлов, Н.М. Лисиця, Г.О. Холодний та ін.; за заг. ред. докт. економ. наук, професора Орлова П.А. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.
4. Тонєва К. В. Моделювання інноваційних процесів. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2009. – 95 с.
5. Федулова Л. І. Інноваційна економіка. – К: Либідь, 2006. – 478 с.
6. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2009. – 195 с.
7. Холодний Г.О. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. – Х.: ХНЕУ, 2006. – 323 с.
8. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.
9. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко та ін. – Х: Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.
10. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій / О. М. Ястремська, К. В. Тонєва. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 115 с.

Методи навчання.

Лекції, семінарські заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (активність роботи на лекції; (тестування, опитування);
- тестування, контрольна робота;
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання. Українська.