

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти – третій (освітньо-науковий).

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність – 075 Маркетинг.

Освітня програма – Маркетинг.

Статус дисципліни – обов'язкова.

Викладач: канд.екон.наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Костинець Юлія Володимирівна.

1. Анотація курсу:

Семестр 2.

Обсяг модуля: загальна кількість годин – 120, з них: лекції – 20 год., практичні – 10 год., самостійна робота студента – 90 год.; кількість кредитів ЄКТС – 4.

Мета курсу – оволодіння компетентностями: навчитися інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття інтегрованих рішень у маркетингу, організації маркетингової інформаційної системи, організації пошуку партнерів; навчитися управляти аналітичною та інноваційною діяльністю, розроблення та обґрунтування вибору найбільш ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу; навчитися застосовувати результати новітніх економічних досліджень до розробки та реалізації стратегії управління економічними суб'єктами.

Оволодіння компетентностями: ЗК2. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ФК2. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. ФК6. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. ФК10. Здатність аналізувати та прогнозувати макро- та мікроекономічні процеси на основі сучасних теоретико-методологічних підходів та маркетингового інструментарію. ФК11. Здатність управління аналітичною та інноваційною діяльністю, розроблення та обґрунтування вибору найбільш ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу. ФК12. Здатність застосовувати результати новітніх економічних досліджень до розробки та реалізації стратегії управління економічними суб'єктами. ФК13. Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку. ФК16. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, оцінювати можливі ризики, економічні та соціальні наслідки ухвалення рішень.

Результати навчання дисципліни:

знати: праці провідних зарубіжних вчених, наукові школи та фундаментальні праці у галузі дослідження, формулювати мету власного наукового дослідження (ПРН2); сучасні методології розроблення стратегії поведінки економічних суб'єктів на ринках; розуміти сучасні методології розроблення стратегії поведінки економічних суб'єктів на ринках (ПРН7); мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій (ПРН1);

вміти: здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів (ПРН8); розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно

використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках (ПРН9); здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез нових та складних ідей (ПРН12); ініціювати, організувати та проводити комплексні дослідження в галузі наукової та інноваційної діяльності, які призводять до отримання нових знань (ПРН14); здійснювати моніторинг наукових джерел інформації відносно досліджуваної проблеми, процедуру встановлення інформаційної цінності джерел шляхом порівняльного аналізу з іншими джерелами, визначати рівень об'єктивності фактологічної основи подій в різних видах джерел інформації, здійснювати узагальнюючий аналіз та будувати схему причинно-наслідкових зв'язків між економічними подіями, виявленими в сучасних джерелах інформації (ПРН15); визначати структуру та шляхи вирішення задач управління економічними об'єктами різних рівнів на основі системного підходу та урахуванням факторів зовнішнього впливу (ПРН17); підготувати заявку до участі у міжнародних програмах і грантах та трансферу технологій та володіти навичками створення інноваційного бізнесу (ПРН20);

здатен продемонструвати: вміння вдосконалювати та розробляти власні методики розрахунків соціально-економічних показників діяльності суб'єктів господарювання, формулювати пропозиції щодо поліпшення нормативно-правової бази їхнього розрахунку (ПРН 10); вміння аналізувати існуючі методи статистичного аналізу, моделювання і прогнозування, перевірки статистичних гіпотез та обґрунтовувати можливість і порядок їхнього коректного застосування (ПРН18);

володіти навичками: формувати команду дослідників для вирішення локальної задачі (формулювання дослідницької проблеми, робочих гіпотез, збору інформації, підготовки пропозицій) (ПРН13); визначати фактори впливу на економічні процеси, пропонуючи методи коригування сценаріїв їх розвитку (ПРН23); володіти навичками за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій для забезпечення зростання вартості бренду та підвищення іміджу підприємств (ПРН27); використовувати основи правового забезпечення наукових досліджень та комерціалізації інтелектуальної власності, сучасні способи комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності та вміти здійснювати оцінку вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності (ПРН28);

самостійно вирішувати: питання для забезпечення підвищення соціально-економічної ефективності діяльності підприємств (ПРН24).

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити, кореквізити, постреквізити): філософія науки і методологія досліджень, інформаційно-комунікаційні технології в наукових дослідженнях, інтелектуальна власність та комерціалізація наукових досліджень, моделювання бізнес-рішень у маркетингу.

Зміст дисципліни: Тема 1. Інновації: становлення та сучасні тенденції розвитку. Концептуальні основи маркетингу інновацій. Тема 2. Ринок інновацій: теоретичні основи формування і функціонування. Специфічні особливості ринку інновацій в Україні. Тема 3. Характеристика основних суб'єктів ринку інновацій в Україні. Проблеми формування і розвитку інфраструктури ринку інновацій в Україні. Тема 4. Сучасні підходи до аналізу попиту на нові товари. Оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій (на прикладі екологічних товарів). Формалізовані методи генерації та вибору ідей нових товарів. Тема 5. Формування системи розподілу інноваційної продукції. Стратегії просування товарних інновацій на споживчому ринку. Нові підходи до розроблення і реалізації комплексу просування. Тема 6. Інновації в рекламі продукції на національному і регіональному рівнях. Оптимізація продажу на основі аналізу показників мерчандайзингу. Тема 7. Практичні аспекти стратегічного управління виведенням і просуванням нового товару на ринок. Тема 8. Стратегічні маркетингові рішення з різним рівнем лояльності до торговельної марки. Тема 9. Удосконалення підходів до оцінювання економічної ефективності маркетингових заходів. Попередня оцінка маркетингових пропозицій на основі розрахунку синергетичного ефекту. Оцінка очікуваного ефекту від удосконалених елементів комплексу маркетингу. Тема 10. Оптимізація заходів рекламної кампанії.

Види навчальних занять: лекція, практичне, консультація.

Форми підсумкового контролю: екзамен (семестр 2).

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, завдання для проведення письмових модульних робіт, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне оцінювання та самостійна робота					МК	Поточне оцінювання та самостійна робота					МК	Екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5		T6	T7	T8	T9	T10			
7	7	7	7	7	10	7	7	7	7	7	10	10	100

Розподіл балів з дисципліни

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
Виступ на практичному занятті	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Презентації (есе, вправи)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Модульний контроль											20
Екзамен											10
Всього з дисципліни											100

Критерії оцінювання екзамену:

Теоретичне питання (1 питання в екзаменаційному білеті) – 3 бали

Практичне завдання (1 завдання в екзаменаційному білеті) – 4 бали

Тести (3 тести в екзаменаційному білеті) – 3 бали (по 1 балу за тест)

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР /заліку/	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1 Обов'язкове дотримання академічної доброчесності аспірантами, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2 Отримання мінімальної оцінки з дисципліни можливе за умови виконання індивідуальних завдань та проєктів за кожною темою в повному обсязі у відповідні терміни згідно графіку навчального процесу і складення модульного контролю.

3.3 В разі несвоєчасного виконання робіт передбачене зниження балів у розмірі мінус 1 бал за кожен день відтермінування виконання роботи, але не більше, ніж максимальна кількість балів за дану роботу

3.4 При виявленні плагіату робота не зараховується і відправляється на доопрацювання

3.5 Пропущенні заняття допускаються за умови поважних причин та за наявності відповідного документу та відпрацьовуються

3.6 Перенесення терміну здачі робіт/перездача можливі:

- з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) – за домовленістю та з дозволу деканату та відділу аспірантури і докторантури;

- без поважних причин оцінюється як небажання здобувача виконувати роботу/складати залік

3.7 Оскарження оцінювання відбувається за заявою здобувача шляхом утворення комісії із трьох осіб із складу НПП кафедри, яка приймає та оцінює роботу здобувача, оцінку за яку оскаржує здобувач