АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Товарна інноваційна політика» / «Product innovation policy»

Розробник	*Базарна О. В., доктор філософії з економіки, доцент кафедри маркетингу*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Вибіркова (ВК 5)*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*2-й рік навчання, 1-й семестр (10-й семестр)*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	*Іспит*
Основні форми контролю	*Поточне опитування, перевірка та оцінювання завдань на практичних заняттях, оцінювання самостійної роботи, модульний контроль (МК1, МК2), іспит*

Мета навчальної дисципліни

Надання здобувачам вищої освіти знань про головні напрями розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів; 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.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: базові знання з дисциплін «Макроекономіка», «Державне регулювання економікою», «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Статистика», «Маркетингові дослідження», «Міжнародна економіка», а також освітніх компонентів першого семестру магістратури: «Маркетингова аналітика», «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність».

Кореквізити: дисципліна вивчається паралельно з освітніми компонентами другого семестру магістратури.

Постреквізити: «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», «Сталий маркетинг та трансформація ринку», «Виробнича практика», «Переддипломна практика», підготовка та захист кваліфікаційної магістерської роботи за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної інноваційної політики підприємства;
- визначати найбільш вагомі фактори конкурентоспроможності нового товару та чинники, що стимулюють процес розробки нового товару;
- застосовувати механізм нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного та маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики;
- здійснювати оцінку якості нової продукції та формувати систему управління якістю інноваційних процесів;
- здійснювати аналіз комерційних перспектив та економічної доцільності випуску нової продукції та планування процесу створення нового товару;
- використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій;
- здійснювати функціонально-вартісне обґрунтування товарної інновації, враховуючи її зв'язок з маркетинговою діяльністю;
- формувати програми дизайну, технічної естетики та ергономіки нового товару;
- здійснювати розрахунки ефективності проєкту створення товарної інновації.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на оволодіння теоретичними засадами інноваційної теорії, прийомами інноваційного маркетингу та навичками формування товарної інноваційної політики підприємства. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі:

Модуль 1. Теоретичні основи інноваційної діяльності - *Тема 1.* Роль інноваційного підприємництва в економіці сучасних держав. *Тема 2.* Товар і його властивості. *Тема 3.* Управління товарним асортиментом. *Тема 4.* Управління якістю товарів і послуг. *Тема 5.* Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.

Модуль 2. Інноваційна політика підприємств та маркетингове забезпечення інноваційної діяльності - *Тема 6.* Планування та організація створення нового продукту. *Тема 7.* Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів. *Тема 8.* Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного товару. *Тема 9.* Дизайн нового товару.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод (case study), метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод «переваги та недоліки», метод «робота в мережі», ділові та рольові ігри, презентації, використання електронної платформи LMS Moodle.