

<b>Назва дисципліни</b>		МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ			
<b>Рівень вищої освіти</b>		другий (магістерський) рівень			
<b>Назва спеціальності</b>		Маркетинг			
<b>Назва спеціалізації</b>					
<b>Форма навчання</b>		денна			
<b>Кафедра, що забезпечує</b>		Маркетинг			
курс	1	семестр	9	<b>Викладач</b>	Яшкіна О.І.
<b>А</b>	<b>Мета і задачі дисципліни</b>				
	<p><b>Мета</b> - формування системи теоретичних знань та практичних навичок з методів маркетингових досліджень інновацій.</p> <p><b>Основні задачі дисципліни:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вивчення теоретичних засад методів маркетингових досліджень інновацій;</li> <li>- освоєння сучасних технологій методів маркетингових досліджень інновацій;</li> <li>- освоєння інструментів маркетингових досліджень інновацій.</li> </ul>				
<b>В</b>	<b>Тематика дисципліни</b>				
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність і зміст маркетингових досліджень інновацій</li> <li>2. Зміст етапів маркетингових досліджень інновацій</li> <li>3. Пошукові маркетингові дослідження</li> <li>4. Кількісні маркетингові дослідження</li> <li>5. Методологія проведення маркетингового дослідження перспектив інноваційної діяльності</li> <li>6. Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях інновацій</li> <li>7. Дослідження маркетингового потенціалу інновацій</li> </ol>				
<b>С</b>	<b>Стиль та методика навчання</b>				
<b>Організаційно-методичні форми вивчення</b>	Лекційні заняття, практичні заняття.				
<b>Форми контролю</b>	Модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, усний екзамен				
<b>Д</b>	<b>Компетентності</b>				
	<p>ЗК5. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>СК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p>				
<b>Е</b>	<b>Основні результати навчання</b>				
	<p>РН 1. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.</p> <p>РН 2. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингової діяльності.</p> <p>РН 3. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів</p> <p>РН 4. Здійснювати маркетинговий аналіз діяльності підприємства та складати плани та прогнози його подальшого розвитку.</p>				