

<b>Назва дисципліни</b>		ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА			
<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>	Кірносова М.В.
<b>А</b>	<b>Мета і задачі дисципліни</b>				
	<p>Формування системи поглиблених знань і дослідницьких навичок, засвоєння основних концепцій, теоретичних і практичних проблем управління товарною інноваційною політикою на підприємствах, історії розвитку та сучасного стану наукових знань у предметній області товарної інноваційної політики, оволодіння спеціальної термінології з досліджуваного наукового напрямку.</p> <p><b>Основними завданнями вивчення дисципліни «Товарна інноваційна політика» є:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- надати студентам розуміння, глибокі теоретичні знання з концепції товарної інноваційної політики;</li> <li>- вивчення теорії та методології товарної інноваційної політики;</li> <li>- формування вмінь та набуття практичних навичок управління товарною інноваційною політикою;</li> <li>- розроблення та планування товарних інноваційних стратегій та їх реалізації підприємствами та організаціями;</li> <li>- опанування сучасних методів управління товарною інноваційною політикою у сферах закупівлі, збуту, розподілу продукції;</li> <li>- набуття вмінь та навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності товарної інноваційної діяльності підприємств;</li> <li>- отримання навичок застосування сучасних методів оцінки показників фінансово-економічного та організаційного рівня товарної інноваційної роботи підприємств.</li> </ul>				
<b>В</b>	<b>Тематика дисципліни</b>				
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структурно-інноваційна перебудова економіки України. Нормативно-правове забезпечення інноваційної діяльності</li> <li>2. Інноваційна діяльність підприємств та ринок інновацій</li> <li>3. Процесний підхід до управління інноваціями на підприємстві</li> <li>4. Генерація ідей в циклі інноваційного менеджменту</li> <li>5. Сучасні технологічні методи оптимізації маркетингової інноваційної діяльності</li> <li>6. Техніко-економічні показники оцінки ефективності розробки і комерціалізації нового товару. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту</li> <li>7. Аналіз і оцінка ризику виведення нового товару на ринок</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, залік.				
<b>Д</b>	<b>Компетентності</b>				
	<p>ЗК2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.</p> <p>СК5. Здатність демонструвати оригінальність і творчий підхід до роботи за</p>				

	фахом.
<b>Е</b>	<b>Основні результати навчання</b>
	<p>РН 1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів логістичного менеджменту.</p> <p>РН 2. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>РН 6. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в сфері інноваційної політики, як однієї з підсистем маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 7. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.</p>