

2-075-7-Світові практики соціально-екологічної відповідальності	2-075-8-Товарна інноваційна політика
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Могилова А. Ю. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екон.наук
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчення дисциплін «Маркетинг» або «Основи менеджменту та маркетингу», «Товарна політика»
Що буде вивчатися	Сучасні підходи до стратегічного планування інноваційного процесу для створення комерційно успішних продуктів
Чому це цікаво/треба вивчати	В останні десятиліття інноваційні фактори почали відігравати провідну роль у забезпеченні економічного розвитку, підвищенні конкурентоспроможності національних економік і окремих підприємств. У цих умовах однією з основних складових тривалого виживання і розвитку вітчизняних підприємств стає здатність запропонувати, розробити, виготовити, вивести на ринок і просувати на ньому товари з новими споживчими якостями, що орієнтовані на задоволення існуючих і прихованих потреб покупців
Чого можна навчитися (результати навчання)	Цей курс забезпечить студентам розуміння принципів маркетингу продуктових інновацій, які дозволять вирішити завдання ефективного виведення товару ринку, дасть можливість опанувати сучасні методики ефективного застосування результатів досліджень для створення конкурентоспроможної продукції
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі практики стратегічного планування інноваційного процесу, ринкової інноваційної політики, використання результатів досліджень технологічно гнучкого виробництва, засобів автоматизованого проектування сучасного маркетингу, інновацій у створенні конкурентоспроможних видів продукції, сучасні методи дистрибуції інноваційної продукції.
Інформаційне забезпечення	1) Морохова В. О. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. 248 с. 2) Андрєєва Н. М., Рулінська О. В. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. Одеса: Фенікс, 2015. 279 с. 3) Вісник Дніпропетровського університету: Менеджмент інновацій, Режим доступу: https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/issue/view/15

Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	без обмежень
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-

Декан факультету економіки _____

Тетяна ГРИНЬКО