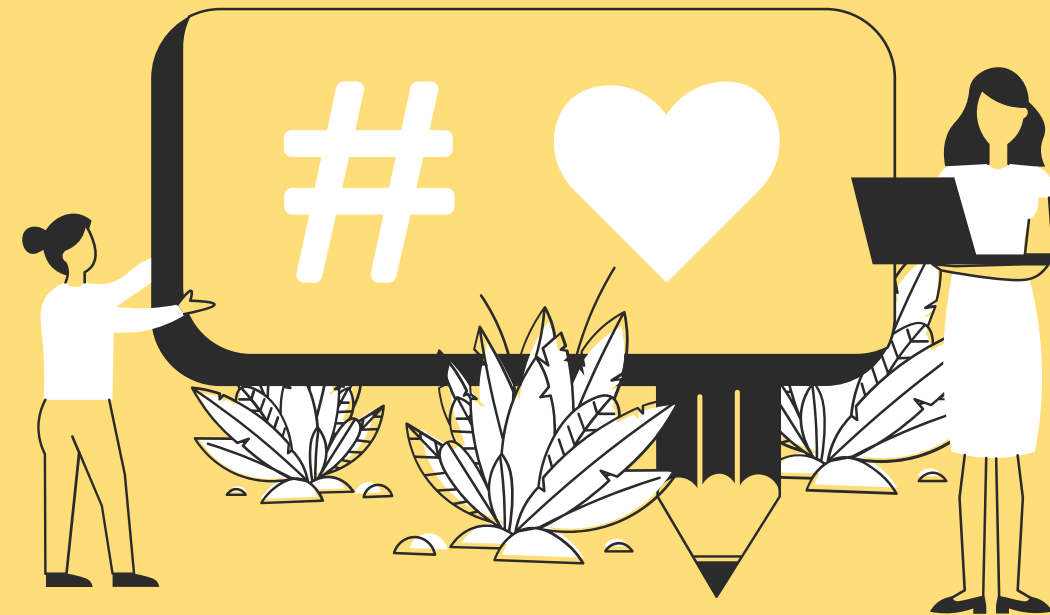


ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОГРАМИ ДИСЦИПЛІНИ:

Маркетинг ІННОВАЦІЙ

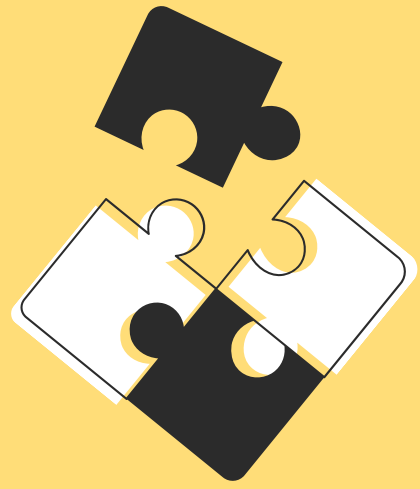


Монтрін І.І.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу

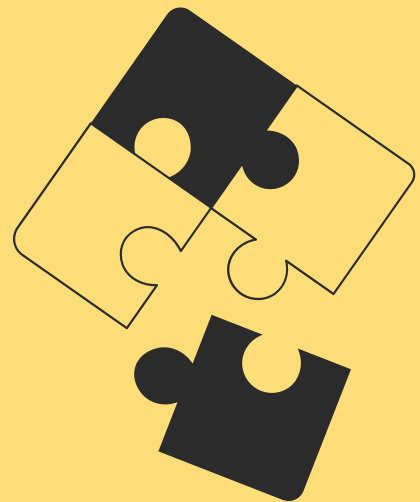


В сучасному світі, спроможність швидко адаптуватись до умов міжнародної конкуренції є найважливішим чинником успішного та стійкого розвитку як підприємств, так і країни в цілому, що можливо тільки за умови розуміння постійно зростаючої ролі інновацій.

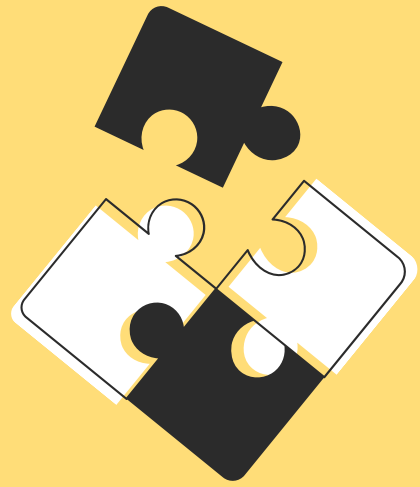
Таким чином, обґрунтоване управління інноваціями на основі аналізу маркетингових можливостей підприємств дає можливість підвищити їх конкурентоспроможність, збільшити прибуток та гідно представляти на потенційних та реальних ринках інноваційної продукції та технологій.



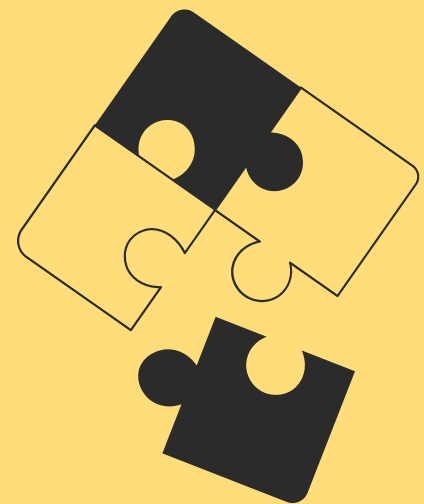
МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ



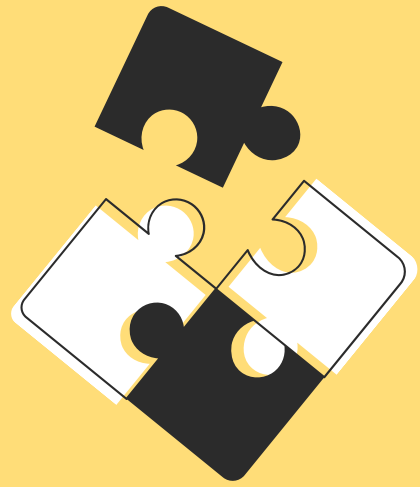
Метою вивчення дисципліни «Маркетинг інновацій» є формування у студентів системних теоретичних знань щодо проблем маркетингу інновацій, методів розробки стратегій маркетингу інновацій, набуття практичних навичок застосування відповідного інструментарію у процесі формування маркетингу інновацій на підприємстві.



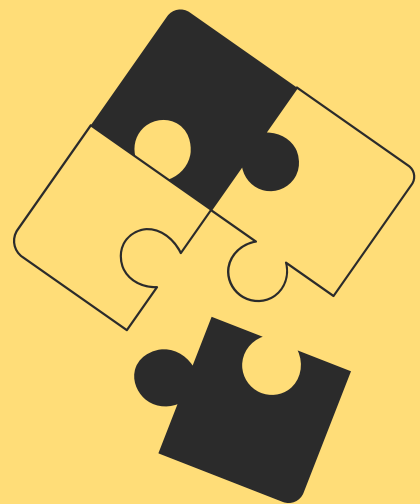
МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ



Завданням вивчення дисципліни «Маркетинг інновацій» є теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з питань планування та впровадження маркетингових рішень у товарній інноваційній політиці, цінових рішень при виведенні інновації на ринок, маркетингових рішень у дистрибуції інновації та маркетингової політики комунікацій на ринку інновацій.



МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ



Предметом дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та практичні аспекти формування та реалізації ефективних стратегій та програм маркетингу інновації підприємства.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Інновація як об'єкт маркетингу

Тема 2. Сутність та завдання маркетингу інновацій

Тема 3. Маркетингові дослідження ринку інновацій

Тема 4. Стратегії в маркетингу інновацій

Тема 5. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці

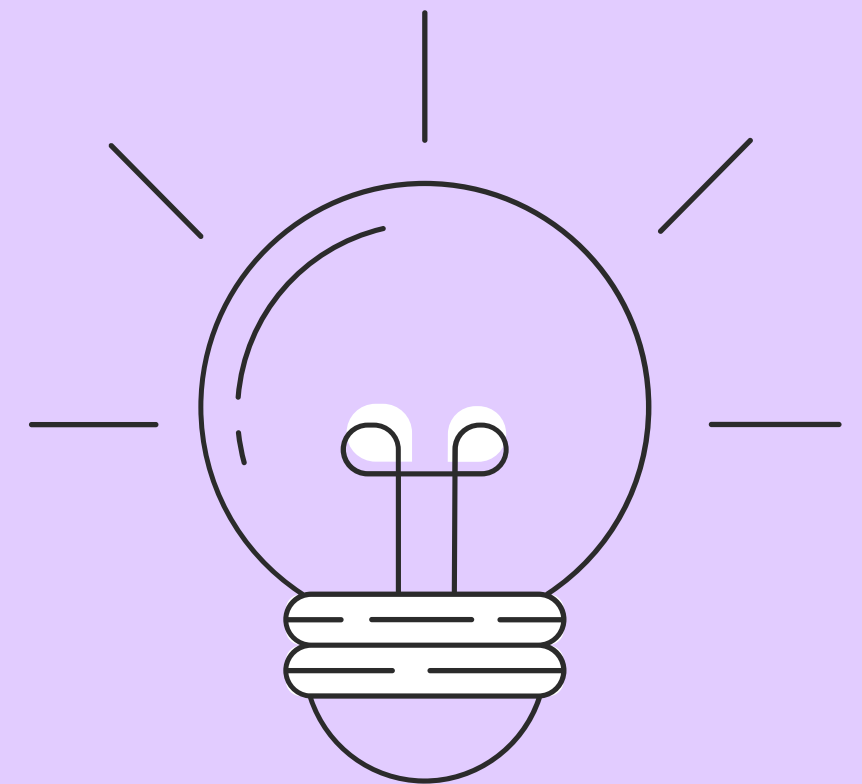
Тема 6. Маркетингові цінові рішення при виведенні інновації на ринок

Тема 7. Маркетингові рішення у дистрибуції інновації

Тема 8. Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій

Тема 9. Особливості маркетингу інновацій в цифровому середовищі

Тема 10. Підходи до оцінювання ефективності маркетингу інновацій



Дякую за увагу!

