

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



## МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова циклу професійного спрямування
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

## ВИКЛАДАЧ

### Жегус Олена Валентинівна



Вища освіта – магістр з менеджменту  
Доктор економічних наук, професор  
Досвід роботи – 24 роки  
Показники професійної активності з тематики курсу:

- членкиня ГО «УАМ»
- авторка наукових публікацій
- авторка методичного інструментарію
- учасниця наукових та методичних конференцій

Telegram

Олена Жегус

електронна пошта

[o.zhehus@btu.kharkiv.ua](mailto:o.zhehus@btu.kharkiv.ua)

дистанційна підтримка

Moodle  
Telegram,  
Zoom

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів системи знань та практичних навичок щодо організації і здійснення маркетингової діяльності щодо просування на ринок інноваційних харчових продуктів
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"><li>• засвоєння здобувачами вищої освіти понятійно-категоріального апарату та методології маркетингу інноваційних продуктів/ <b>відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.</b></li><li>• набуття навичок розробки та використання сучасних маркетингових технологій просування інноваційних продуктів на ринок/ <b>відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;</b></li><li>• здатність збирати, систематизувати, аналізувати, узагальнювати маркетингову інформацію та формувати аналітичне забезпечення у процесі розробки стратегії просування/ <b>відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;</b></li><li>• вміння генерувати ідеї для розробки маркетингової концепції просування інноваційних харчових продуктів/ <b>відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;</b></li><li>• здатність здійснювати сегментацію ринку, розробляти позиціонування інноваційного продукту/ / <b>відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.</b></li><li>• вміння застосовувати засвоєні теоретичні знання у процесі розробки стратегії просування, оволодіння практичними навичками вибору маркетингових інструментів просування інноваційних продуктів/ <b>результати виконання індивідуального завдання.</b></li></ul>
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 14годин лекції, 12 годин практичні; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання практичних завдань, індивідуального завдання, активність на заняттях, командна робота, участь в дискусіях, підготовка тез доповіді за тематикою дисципліни
Умови зарахування	усні відповіді за теоретичним матеріалом, доповіді за результатами виконання практичних завдань, самостійної роботи, презентація результатів індивідуальної роботи

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

### Модуль 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

Лекція 1.	Сутність та завдання маркетингу інновацій на підприємствах харчової промисловості	Семінарське заняття (СЗ 1)	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи. Визначення інноваційного продукту для виконання індивідуального завдання
		Практичне заняття (ПЗ 1)	Розбір успішних кейсів вітчизняних брендів щодо просування інноваційних харчових продуктів		
Лекція 2.	Маркетингові дослідження в інноваційному процесі	Семінарське заняття (СЗ 2)	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії		
		Практичне заняття (ПЗ 2)	Підготовка аналітичного висновку за вторинними даними щодо тенденцій та трендів на визначеному товарному ринку харчових продуктів		
Лекція 3	Поведінка споживачів на ринку харчових продуктів та ринку інновацій	Семінарське заняття (СЗ 3)	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи. Виконання 1 етапу індивідуального завдання
		Практичне заняття (ПЗ 3)	Практичне завдання: розробка анкети для опитування споживачів щодо виявлення факторів, що впливають на вибір та споживання харчових продуктів		

**Модуль 2. ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ**

Лекція 4	STP-стратегія маркетингу інноваційних продуктів	Семінарське заняття (СЗ 4)	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Розробка STP-стратегії для обраного інноваційного продукту
		Практичне заняття (ПЗ 4)	Практичне завдання: сегментація ринку, визначення цільового сегменту для просування інноваційного продукту, складання портрету цільової аудиторії; розробка пропозицій щодо позиціонування інноваційного продукту		
Лекція 5	Маркетингова товарна та цінова політика в інноваційній сфері.	Семінарське заняття (СЗ 5)	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії		Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Формування УТП для обраного інноваційного продукту, перевірка ринкової перспективності та привабливості інноваційного продукту, брендинг
		Практичне заняття (ПЗ 5)	Формування УТП та визначення передумов для ринкового успіху продукту, розробка бренду		
Лекція 6	Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновації.	Семінарське заняття (СЗ 6) Ч1	Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії		Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Розробка рекламної стратегії просування для обраного інноваційного продукту
Лекція 7	Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій		Практичне заняття (ПЗ 6)		

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Савицька Н.Л., Жегус О.В., Афанасьєва О.П. Маркетинг харчових продуктів: тренди та виклики // Повноцінне харчування: тренди енергоефективного виробництва, зберігання та маркетингу / За ред. В.Євлаш, В. Потапова, Н. Савицької – Х. : ХДУХТ, 2019. 409 с.

2. Жегус О.В. Розвиток методів маркетингового ціноутворення на інноваційні продукти/ Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». №2 (93). 2019. С. 82-90

3. Жегус О.В., Пілюгіна І.С., Пилипенко В.І. Маркетингове забезпечення комерціалізації інноваційних харчових продуктів/ Комерціалізація інновацій : монографія / за ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка, д.е.н., доц. О. А. Біловодської. – Суми : Триторія, 2020. С. 214- 232 (Україна)

4. Жегус О.В., Упатова О.І. Лях А.Б. Маркетинг інновацій харчових продуктів функціонального призначення/ Маркетингове тестування ринкових перспектив товарних інновацій: монографія за ред. за заг. ред. канд. екон. наук Є. І. Нагорного. – Суми: Триторія, 2020. 354 с. (С. 321-336)

5. Савицька Н.Л., Жегус О.В., Афанасьєва О.П., Морозов І. Маркетинг харчових продуктів: тренди та виклики / Повноцінне харчування: тренди енергоефективного виробництва, зберігання та маркетингу: колективна монографія / за ред. проф. В. В. Євлаш, проф. В. О. Потапова, проф. Н. Л. Савицької, доц. Л. Ф. Товма. Х. : НАНГУ, 2020. С. 486-516.

6. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу. Монографія. За ред. д. е. н., професора. С. М. Ілляшенка. Університетська книга. 2023. 615 с.

Методичне забезпечення

1. Жегус О.В. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки з дисципліни «Маркетинг інновацій» до індивідуальної самостійної роботи для студентів спеціальності 181 «Харчові технології» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. 2023. 35 с.

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	індивідуальний проект
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 30	відповіді на семінарських заняттях
		до 30	виконання практичної роботи
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проект	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проекту

## НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.