СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ

спеціальність	**Маркетинг**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова циклу професійного спрямування**
освітня програма	**Маркетинг**	**факультет**	**управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю**
освітній рівень	**перший (бакалаврський)**	**кафедра**	**маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом**

ВИКЛАДАЧ

Жегус Олена Валентинівна



Вища освіта – магістр з менеджменту
Науковий ступень – доктор економічних наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)
Вчене звання – професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом
Досвід роботи – 24 роки
Показники професійної активності з тематики курсу:

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

телефон		**електронна пошта**	**o.zhehus@btu.kharkiv.ua**	**дистанційна підтримка**	**Moodle** **Zoom**

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	**формування у студентів системи знань та практичних навичок щодо організації і здійснення аналітичної діяльності для підготовки інформаційного забезпечення обґрунтування та прийняття маркетингових рішень**
Формат	**лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	– **засвоєння здобувачами вищої освіти понятійно-категоріального апарату та сучасних концепцій маркетингових інновацій / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.** – **формування інноваційного, креативного, критичного та підприємницького мислення / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.** – **набуття навичок генерування, відбору, обґрунтування і тестування інноваційних маркетингових ідей / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.** – **розвиток здатності виявляти незадоволені потреби споживачів і перспективні ринкові можливості / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.** – **опанування методів створення нових і вдосконалення наявних продуктів, брендів, упаковки та клієнтського досвіду / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.** – **формування здатності застосовувати інноваційні підходи до удосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища / результати виконання індивідуального завдання.** – **вміння застосовувати засвоєні теоретичні знання та набуті практичні навички для розв'язання практичних завдань у сфері розробки та впровадження маркетингових інновацію / результати виконання індивідуального завдання.**
Обсяг і форми контролю	**4 кредити ECTS (120 годин): 30 годин лекції, 30 годин практичні; 60 годин самостійної роботи, підсумковий контроль – іспит.**
Вимоги викладача	**вчасне виконання практичних завдань, активність на заняттях, командна робота, участь в дискусіях, підготовка тез доповіді за тематикою дисципліни**
Умови зарахування	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ			
Компетентності	**ІК Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.** **ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.** **СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.** **СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.** **СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.** **СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.**	**Програмні результати навчання**	**РЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.** **Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.** **Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.** **Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.** **Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.** **Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.** **Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.** **Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.** **Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.** **Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.**

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)					
Розділ 1. ПОНЯТТЯ ТА ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ					
Лекція 1.	Інноваційні процеси в маркетинговій діяльності	**Практичне заняття (ПЗ 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. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання**
			Аналіз змін маркетингового середовища та розбір ситуацій, у яких підприємства застосували інноваційні підходи для адаптації продуктів, бізнес-моделей, клієнтського досвіду, маркетингових стратегій		
Лекція 2.	Сутність та види маркетингових інновацій	**Практичне заняття (ПЗ 2)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Ідентифікація та порівняння маркетингових інновацій на прикладах світових та вітчизняних брендів: визначення рівня новизни, об'єкта інноваційних змін, драйверів виникнення та цінності для споживача і підприємства.		
Лекція 3	Інновації як об'єкт маркетингу: особливості, класифікація та сприйняття ринком	**Практичне заняття (ПЗ 3)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи. Виконання 1 методичного етапу індивідуального завдання**
			Аналіз інноваційного продукту як об'єкта маркетингу: визначення його виду та рівня новизни, аналіз особливостей сприйняття різними категоріями споживачів, причин прийняття або неприйняття інновації		
Лекція 4,5	Процес створення маркетингових інновацій	**Практичне заняття (ПЗ 4)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Здійснення поетапного процесу створення маркетингової інновації: генерування та відбір ідей, формування ціннісної пропозиції, створення прототипу, визначення способу тестування маркетингової гіпотези, пілотного впровадження і масштабування рішення.		
		Практичне заняття (ПЗ 5)			
Лекція 6	Маркетинг можливостей: принципи та перспективи використання в маркетинговій та інноваційній діяльності	**Практичне заняття (ПЗ 6)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Пошук маркетингових можливостей для обраного підприємства на основі змін потреб споживачів, ринку, технологій, конкурентного середовища, ресурсів і партнерств; оцінювання та визначення пріоритетних можливостей для створення нової цінності й конкурентних переваг.		
Розділ 2. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ ТА ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ					
Лекція 7	Креатив в інноваційних практиках маркетингу	**Практичне заняття (ПЗ 7)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусі]**	**Самостійна робота**	**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для**
			Проведення креативної сесії з використанням методів мозкового штурму, SCAMPER, морфологічного аналізу, латерального мислення та генеративного штучного		

			інтелекту для розроблення альтернативних ідей маркетингових інновацій, їх оцінювання та відбору найперспективнішого рішення.		**самостійної роботи. Виконання 2 дослідницького та аналітичного етапу індивідуального завдання**
Лекція 8	Маркетингові інновації в стратегуванні та управлінні маркетингом	**Практичне заняття (ПЗ 8)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Розроблення ідей для інноваційного підходу до стратегування та управління маркетингом обраного підприємства з використанням сценарного планування, маркетингової аналітики, цифрових технологій, штучного інтелекту,		
Лекція 9	Маркетингові інновації в товарній політиці	**Практичне заняття (ПЗ 9)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Розроблення концепції нового або вдосконаленого продукту на основі незадоволеної потреби споживачів: формування ціннісної пропозиції та обґрунтування продуктових та сервісних інновацій		
Лекція 10	Маркетингові інновації в брендингу	**Практичне заняття (ПЗ 10)**	**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 3 етапу індивідуального завдання - розробка ідеї/концепції маркетингової інновації**
			Аналіз потенціалу розвитку обраного бренду та розроблення інноваційної концепції його створення або оновлення, що охоплює позиціонування, бренд-платформу, ідентичність, ключову ідею, бренд-досвід, залучення споживачів і формування бренд-спільноти		
Лекція 11	Маркетингові інновації в упаковці	**Практичне заняття (ПЗ 11)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
			Аудит упаковки обраного продукту та розроблення концепції її інноваційного вдосконалення за функціональними, дизайнерськими, інформаційними, технологічними, комунікаційними, екологічними й інклюзивними характеристиками		
Лекція 12	Маркетингові інновації в ціновій політиці	**Практичне заняття (ПЗ 12)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**	**Самостійна робота**	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи. **Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи.**
			Порівняння інноваційних моделей ціноутворення і монетизації та розроблення цінового рішення для обраного продукту із застосуванням ціноутворення на основі цінності, динамічної або персоналізованої ціни, підписки, freemium - (фріміум), pay-per-use (оплата за використання) чи пакетної пропозиції		
Лекція 13	Маркетингові інновації в збутовій політиці	**Практичне заняття (ПЗ 13)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		

			Аналіз клієнтського шляху та розроблення інноваційної моделі збуту обраного продукту з використанням електронної комерції, маркетплейсів, D2C-моделі, соціальної комерції, платформних рішень, омніканальності та автоматизації продажів.		**Виконання 4 етапу індивідуального завдання – підготовка звіту та презентації**
Лекція 14	Маркетингові інновації в комунікаційній політиці	**Практичне заняття (ПЗ 14)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії** **Розроблення концепції та/або ідеї інноваційної маркетингової комунікації для обраного продукту або бренду: визначення цільової аудиторії, центральної креативної ідеї, ключового повідомлення, цифрових та інтерактивних каналів, способів персоналізації й залучення споживачів із дотриманням етичних принципів.**	**Самостійна робота**	М В**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.** **Виконання завдання для самостійної роботи.** **Виконання 5 етапу індивідуального завдання – захист результатів індивідуальної роботи**
Лекція 15	Управління впровадженням та оцінювання результативності маркетингових інновацій	**Практичне заняття (ПЗ 15)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії** **Розроблення дорожньої карти впровадження маркетингової інновації: визначення етапів, термінів, ресурсів, відповідальних осіб, бюджету, ризиків, формату пілотного запуску, критеріїв масштабування та системи показників комерційної, клієнтської, соціальної й екологічної результативності.**		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	**1. Жегус О. В. Маркетинг можливостей як сучасна концепція розвитку суб'єктів господарювання в умовах глобальних викликів. Бізнес Інформ. 2023. №8. С. 300–308. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-8-300-308** **2. Жегус О.В Маркетингове управління в забезпеченні резильєнтності бізнесу в умовах BANI-світу. Бізнес Інформ. 2024. №4. С. 348–359. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-348-359** **3. 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** **4. Жегус О.В, Давиденко В.В. Стратегічні імперативи інноваційного розвитку аграрного сектору України як основи його резильєнтності. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3728. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-61-23** **5. 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)** **6. 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)**	**Методичне забезпечення**	**1. Маркетингові інновації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.** **2. Маркетингові інновації: тести для поточного та підсумкового контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.** **3. Маркетингові інновації: методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf

		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	**100 бальна ECTS (стандартна)**	**до 60**	**усереднена оцінка за виконання завдань поточного контролю, участь у науковій роботі, інші активності**
		до 40	**підсумковий контроль (екзамен)**
Поточне оцінювання	**60 бальна сумарна**	**0…26**	**Поточне оцінювання та тестування за розділами**
		0…14	**Виконання практичних завдань**
		0…20	**Індивідуальна робота**

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.