

## Презентація

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг в інноваційній діяльності» є формування у студентів умінь та навичок щодо аналізу ринкових позицій, визначення перспектив просування нових видів продукції, розроблення заходів з формування й стимулювання споживацького попиту на нові товари та послуги.

Завданнями даної дисципліни є:

- аналіз ринкових позицій і визначення ймовірних напрямків розвитку підприємства, прийнятних з погляду зовнішніх умов господарювання (ринкових можливостей і загроз) і його наявного потенціалу;
- розроблення на цій основі ідей і задумів нових товарів, які користуватимуться попитом у споживачів і будуть ефективними у виробництві, збуті та споживанні;
- оцінка ринкових перспектив нових видів продукції (оцінка достатності ринкового потенціалу як здатності ринку сприйняти конкретні інновації, наявності попиту або можливості його сформувати);
- розроблення заходів з формування й стимулювання споживацького попиту на нову продукцію (просування інновацій на ринок);
- управління життєвим циклом товарної інновації.

← Результаті вивчення дисципліни "Маркетинг в інноваційній діяльності" студент **повинен знати:**

- суть маркетингу інновацій і його місце в управлінні підприємством;
- теоретичні основи формування маркетингових інновацій;
- методологію формування маркетингу інновацій;
- інструменти формування, реалізації і управління інноваціями

**повинен вміти:**

- ставити цілі та розробляти програми маркетингових інновацій на підприємстві;
- розробляти інновації за всіма складовими комплексу маркетингу;
- управляти процесом розробки і впровадження інновацій;
- оцінювати ефективність реалізації інноваційних пропозицій.

