



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЇ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МАРКЕТИНГУ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Буднікевич Ірина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=63857
Консультації	понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Інновації в теорії та практиці маркетингу» спрямований на ознайомлення студентів з сучасними тенденціями розвитку маркетингової науки та практики, інноваційними підходами в маркетингу, новими маркетинговими технологіями та креативними стратегіями. У межах курсу розглядаються методи генерування та впровадження маркетингових інновацій, а також підходи до управління змінами в умовах динамічного ринкового середовища. Курс поєднує теоретичні знання та практичні навички для формування компетентного фахівця, здатного розробляти та реалізовувати маркетингові інновації в сучасних умовах ринку.

Мета навчальної дисципліни «Інновації в теорії та практиці маркетингу». Сформувані у студентів знання та практичні навички для генерування, обґрунтування та впровадження інноваційних маркетингових рішень з використанням сучасних технологій, інструментів та методів.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Сучасні концепції та підходи в теорії та практиці маркетингу
Тема 2. Інноваційні тенденції та тренди в розвитку маркетингових інструментів та технологій
Тема 3. Інноваційний маркетинг та маркетингові інновації в системі маркетингу організації
Тема 4. Методи генерування інноваційних ідей в маркетингу
Тема 5. Нові маркетингові інструменти прийняття маркетингових рішень
Тема 6. Інноваційний розвиток брендингу та бренд-менеджменту
Тема 7. Цифровий маркетинг, штучний інтелект та data-driven підходи
Тема 8. Латеральний маркетинг як інноваційна концепція конкурентної стратегії
Тема 9. Інноваційні маркетингові практики (партизанський, вірусний, соціальний,

екологічний та інфлюенс-маркетинг)
Тема 10. Поведінкові та нейрокогнітивні підходи в сучасному маркетингу орієнтованому на споживача
Тема 11. Маркетингові інновації в різних сферах та галузях
Тема 12. Маркетинговий комплаєнс як новітній підхід до етики та регулювання маркетингової діяльності

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Кейс-метод.

Ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції.

Проектні завдання (індивідуальні та командні проекти).

Методи візуалізації результатів для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань.

Робота з інформаційними ресурсами.

Самостійна робота для виконання індивідуальних завдань.

Підготовка тез/доповіді на конференцію, створення матеріалів для виступів на конференціях або семінарах.

Участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

Реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.

Інтерактивні технології.

Вивчення вітчизняних практик.

Інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних інноваційних стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.

Неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.

Робота з програмним забезпеченням для аналізу даних для оцінки ефективності маркетингових стратегій.

Пітчінг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами.

Інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.

Оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

Оцінювання творчих (креативних) проєктів.

Тести або оцінювання практичних завдань.

Оцінювання результатів ділових ігор.

Оцінювання командних проєктів.

Створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних чи гіпотетичних даних про маркетингові інновації.

Оцінювання наукових чи практичних матеріалів.

Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів.

Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок.

Виконання практичних маркетингових завдань у реальних або змодельованих умовах (наприклад, розробка стратегії для реальної компанії чи стартапу).

Підсумковий контроль – іспит в тестовій формі.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з інновацій та маркетингу інновацій.
2. Економічна статистика. Наука, технології та інновації. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm
3. Інноваційні сили України. URL: <http://it-force.com.ua/>
4. Курс «Дизайн-мислення для інновацій». URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DTI101+2017_T3/about
5. Курс «Як впроваджувати інновації для зростання бізнесу» на платформі Дія. URL: <https://business.diia.gov.ua/courses/innovaci>
6. Офіційний сайт Всесвітньої організації інтелектуальної власності. URL: www.wipo.int
7. Офіційний сайт Державної служби інтелектуальної власності України. URL: <http://sdip.gov.ua>
8. Офіційний сайт Європейського патентного відомства. URL: www.epo.org
9. Офіційний сайт Міжнародної асоціації товарних знаків. URL: www.inta.org/
10. Офіційний сайт Українського центру інноватики та патентно-інформаційних послуг. URL: www.ip-centr.kiev.ua/newcipip/head_page_large.jsp –
11. Bloomberg Innovation Index. URL: <https://www.bloomberg.com>
12. Community Innovation Surveys (CIS). URL: <http://cordis.europa.eu/innovation/en/policy/cis.htm>
13. Eurostat. Science, technology and innovation. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database>
14. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home>
15. National Innovation Systems. OECD, Paris. URL: www.oecd.org/dataoecd/35/56/2101733.pdf
16. Project on the history and sociology OF S&T statistics. URL: <http://www.csiic.ca/>
17. Smart SMEs for Industry 4.0. URL: <https://www.interregeurope.eu/smarty/>
18. Smart Specialisation Platform. Digital Innovation Hubs. URL: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/en/digital-innovation-hubs>
19. State New Economy Index Project. URL: <http://ww35.neweconomyindex.org/>
20. The Knowledge-Based Economy. Paris: OECD. URL: http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_20110.html

Детальна інформація щодо вивчення курсу

«Інновації в теорії та практиці маркетингу»

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>