

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Інноваційні технології в маркетингу

(назва навчальної дисципліни)

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до самостійної роботи
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

кафедрою Економіки та маркетингу, протокол №16 від 20.04.2016 р.

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Самостійна робота здобувача (СРЗ) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Метою самостійної роботи здобувача в межах навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього доктора філософії.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи здобувачів очної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 75% (112 години) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин).

У ході самостійної роботи здобувач має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної освітньо-наукової діяльності.

СРЗ в межах навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» включає:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни;
- підготовку до практичних занять;
- поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань;
- пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;
- контрольну перевірку здобувачами особистих знань за запитаннями для самодіагностики;
- підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю;
- систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрового екзамену.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання самостійної роботи, які передбачені навчальним планом і програмою навчальної дисципліни для засвоєння теоретичних знань і практичних навичок, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Завдання для самостійної роботи здобувачів та форми її контролю

№ з/п	компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
Змістовий модуль I. Сучасні інноваційні технології в маркетингу: теоретико-методологічні аспекти.						

№ з/п	Компетентності, як забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
1.	Вміти використовувати теорію інноваційного розвитку	Тема 1. Основи інноваційної політики	Завдання інноваційної політики в сучасній економіці. Місце інноваційних технологій в інноваційній та маркетинговій політиці підприємства.	10	Захист домашнього завдання	Основна: [4, 7]. Додаткова: [12, 20] Ошибка! Источник ссылки не найден.
2.	Застосовувати принципи впровадження інновацій та інноваційних технологій в сучасних умовах	Тема 2. Сучасний стан і тенденції розвитку інноваційних технологій.	Технологічні устрої розвитку та еволюція інноваційних теорій. Сучасний стан і тенденції розвитку інноваційних технологій	14	Захист домашнього завдання	Основна: [3]. Додаткова: [12,16]
3.	Вміти використовувати особливості моделей інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємств.	Тема 3. Інноваційні технології у системі управління маркетинговою діяльністю	Види інновацій в маркетингу. Фактори, що стимулюють процес впровадження інноваційних технологій в маркетингову діяльність.	18	Представлення есе	Основна: [3, 5, 8]. Додаткова: [17, 20]
4.	Вміти використовувати інформаційні інноваційні технології в маркетингових процесах	Тема 4. Інформаційні інноваційні технології в маркетингу	Інтернет-технології в маркетингу. Маркетингові дослідження в Інтернет. Електронний маркетинг.	14	Презентація результатів	Основна: [9]. Додаткова: [13,19]
5.						
Разом за змістовим модулем I				56		
Змістовий модуль II. Організація і планування впровадження сучасних інноваційних технологій в маркетингову діяльність підприємства						
6.	Вміти використовувати методи управління вибором інноваційних маркетингових технологій у нестабільному	Тема 5. Управління впровадженням сучасних інноваційних технологій в маркетингову діяльність підприємств.	Головні критерії привабливості інноваційних технологій. Основні методи аналізу перспектив впровадженням сучасних інноваційних	14	Захист домашнього завдання	Основна: [2]. Додаткова: [12,15]

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
	ринковому середовищі		технологій в маркетингу.			
7.	Вміти впроваджувати інноваційні проекти в маркетингу	Тема 6. Інноваційні проекти в маркетингу	Програмні пакети управління інноваційними проектами в маркетингу. Методи оцінки інноваційних проєктів.	14	Захист домашнього завдання	Основна: [1, 2, 10]. Додаткова: [17,18]
8.	Вміти обґрунтовувати нові потреби організаційно-технологічного забезпечення маркетингової діяльності підприємств	Тема 7. Комплексне забезпечення реалізації інноваційного процесу в маркетингу	Нормативно-законодавче та фінансове забезпечення інновацій. Сучасні організаційні форми інноваційної діяльності. Методи активізації інноваційного процесу.	14	Презентація результатів	Основна: [4, 6, 11]. Додаткова: [14,15] Ошибка! Источник ссылки не найден.]
9.	Вміти використовувати принципи та механізм державного регулювання інноваційних процесів	Тема 8. Державне регулювання впровадження інноваційних технологій в маркетингу	Державна підтримка і стимулювання інноваційних процесів. Регулювання інноваційної діяльності у технологічно-розвинених країнах та в Україні.	14	Написання есе Презентація результатів	Основна: [7, 11]. Додаткова: [12] Ошибка! Источник ссылки не найден.]
Разом за змістовим модулем II				56		
Разом з навчальної дисципліни				112		

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Виконання кожного завдання для самостійної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань для самостійної роботи у межах тем змістових модулів навчальної дисципліни наведено в табл. 3.2.

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для самостійної роботи	Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				Сума балів
	ЗСР 1	ЗСР 2	ЗСР 3	ЗСР 4	ЗСР 5	ЗСР 6	ЗСР 7	ЗСР 8	
Максимальна кількість балів	5	5	5	5	5	5	5	5	40

ЗСР– завдання для самостійної роботи здобувача.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності та іншої академічної документації.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

4.1. Основна

1. Верещагіна Г. В. Управління інноваційними проектами. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. – 127 с.
2. Гриньова В.М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства / В. М. Гриньова, Д. С. Бутенко – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 227 с.
3. Колодізева Т. О. Інноваційні технології в логістиці: навч. посіб. / Харківський національний економічний університет. – Х.: ХНЕУ, 2013. – 267 с.

4. Лепейко Т. І. Управління інноваційними процесами на промислових підприємствах: методологія та практика: монографія. – Х.: ХНЕУ, 2013. – 219 с.

5. Маркетинг: Навчальний посібник / Орлов П.А., Косенков С.І., Прохорова Т.П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.

6. Холодний Г.О. Використання компетентнісного підходу в системі кадрового забезпечення товарної інноваційної політики підприємств // Бізнес Інформ. Науковий журнал. – 2015. – №3. – С. 252-258.

7. Холодний Г.О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики. Монографія / Г.О. Холодний, М.А. Борисенко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 196 с.

8. Холодний Г.О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах: монографія / Г.О. Холодний, Г.М. Шумська; за заг. ред. канд. екон. наук., доцента Холодного Г.О. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010 – 272 с.

9. Холодний Г.О., Родіонов С.О. Дослідження факторів, які визначають тенденції розвитку інтернет-технологій в маркетингу // Економіка розвитку. Науковий журнал Харківського національного економічного університету. – Харків, ХНЕУ, 2013. – №12. – С. 65-70.

10. Щербак В.Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В.Г. Щербак, Г.О. Холодний, О.В. Птащенко. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.

11. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій / О. М. Ястремська, К. В. Тонєва. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 115 с.

4.2. Додаткова

12. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : Монографія / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.

13. Вавриш О.С. Проблеми становлення та перспективи розвитку Інтернет-маркетингу в українській економіці / О.С. Вавриш, О.В. Савчук // Інноваційна економіка. – 2011. – №5. – С.235-237.

14. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. – 192 с.

15. Інновації і маркетинг □ рушійні сили економічного розвитку [Текст] : монографія / [С.М. Ілляшенко, В.В. Божкова, В.Г. Герасимчук та ін.] ; за заг. ред. : С.М. Ілляшенко. – Суми : Папірус, 2012. – 535 с.

16. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика: Навч. посібник. / В.Я. Кардаш. — К. : КНЕУ, 1999. — 124 с.

17. Новошинська Л.В. Інновації у стратегічному маркетингу / Л.В. Новошинська // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №4(1). – С. 122-128.

18. Палеха, Ю. І. Маркетинг інформаційних продуктів і по- слуг [Текст] / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха. — К.: Ліра-К, 2013. — 480 с

19. Пінчук, Н. Інформаційні системи і технології в маркетингу [Текст]: практикум / Н. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. — К.: КНЕУ, 2011. — 251 с.

20. Решетнікова І.Л. Інноваційні товарні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку / І.Л. Решетнікова // Механізм

регулювання економіки. – 2008. – №4. – С.21-26.

4.3. Ресурси Інтернет

1. <http://www.sdip.gov.ua> – сайт Державного департаменту інтелектуальної власності.
2. <http://www.dffd.gov.ua> – сайт Державного фонду фундаментальних досліджень.
3. <http://www.codris.ru> – сайт Європейської асоціації трансферу технологій, інновацій та промислової інформації.
4. <http://www.innopolis.info> – сайт присвячений інноваціям та інвестиціям.
5. <http://www.in.gov.ua> – сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій.
6. <http://www.fasi.gov.ru> – сайт агенції з науки і інновацій.
7. <http://www.sib.inage.ru> – мережева інформаційна база даних. Ринок інноваційних ресурсів.
8. <http://www.innovbusiness.ru> – портал інформаційної підтримки інновацій.