

# ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА

Кафедра маркетингу  
Факультет економіки і підприємництва

## **Анотація:**

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** — формування знань та навичок у майбутніх фахівців стосовно засадних положень товарної інноваційної політики, розуміння необхідності і ефективності широкого використання результатів наукових досліджень, технологічно гнучких виробництв, систем автоматизованого проектування, засобів сучасного маркетингу нововведень для створення конкурентоспроможних видів товарів.

## **Цілі курсу (програмні компетентності):**

- здатність розуміння особливостей теоретичних основ, сутності та положення товарної інноваційної політики;
- здатність застосування методів формування товарної інноваційної політики в умовах ринкової економіки;
- здатність застосовувати знання законодавства щодо створення та впровадження на ринок інноваційного продукту;
- здатність застосовувати техніко - економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій;
- здатність оцінювати комерційні перспективи інноваційного продукту;
- здатність аналізувати та визначати напрямки оптимізації товарного портфеля на інноваційних засадах;
- здатність володіти механізмами формування товарної інноваційної політики підприємств;
- здатність формувати ефективну товарну інноваційну політику підприємства на основі сучасних концепцій маркетингу.

## **Програмні результати навчання:**

- вміти використовувати теоретичні основи та положення товарної інноваційної політики;
- вміти застосувати різні методи формування товарної інноваційної політики в умовах ринкової економіки;
- вміти застосовувати знання законодавства щодо створення та впровадження на ринок інноваційного продукту;
- вміти застосовувати різні методи щодо оцінки якості продуктових інновацій;
- уміння оцінювати комерційні перспективи інноваційного продукту;
- уміння аналізувати та визначати напрямки оптимізації товарного портфеля на інноваційних засадах;
- вміти володіти механізмами формування товарної інноваційної політики підприємств;
- вміти формувати ефективну товарну інноваційну політику підприємства на основі сучасних концепцій маркетингу.

**Короткий зміст курсу:**

Товар та його властивості. Товарна політика і керування асортиментом. Техніко - економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій. Системне управління якістю товарів і послуг. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту. Планування та організація створення нового продукту. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного товару. Дизайн нового товару.