

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

Інноваційні технології в маркетингу

---

(назва навчальної дисципліни)

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**  
**до практичних занять**  
**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

Метою проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» є поглиблення, розширення і закріплення знань, отриманих на лекціях по відповідних темах, формування вмій та навичок їх практичного застосування шляхом індивідуального використання відповідно сформульованих завдань. У процесі цих занять здійснюється оперативний контроль з боку викладача ступеня вивчення пройденого матеріалу.

У ході практичних занять здобувач набуває професійних компетентностей та практичних навичок роботи з вирішення прикладних задач професійної діяльності.

Відповідно до програми навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» на практичні заняття відводиться 20 год. навчального часу.

Практичні заняття з навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» проводяться у аудиторіях Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Проведення практичного завдання ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння здобувачами необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різної складності для розв'язування їх здобувачами на занятті.

Практичні заняття з навчальної дисципліни «Інноваційні технології в маркетингу» включають проведення попереднього контролю знань, вмій і навичок здобувачів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю здобувачів, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання.

При підготовці до конкретного практичного заняття в межах виконання відповідного завдання (табл. 2.1) здобувачі формують відповідний звіт (довідь, есе), який відповідає зазначеним викладачем вимогам, та захищають його під час аудиторного заняття перед викладачем і аудиторією одногрупників.

## 2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

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

Таблиця 2.1

Перелік тем та завдань для практичних занять

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
<b>Змістовий модуль I. Сучасні інноваційні технології в маркетингу: теоретико-методологічні аспекти.</b>						
1.	Тема 1. Основи інноваційної політики	Вміти використовувати теорію інноваційного	Завдання інноваційної політики в сучасній економіці. Джерела інноваційних	2	...	Основна: [4, 7]. Додаткова: [12,

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхід не ПЗ*	Література
		розвитку	можливостей та формування інноваційної політики.			<b>200</b> <b>Ошибка!</b> <b>Источник</b> <b>ссылки не</b> <b>найдён.]</b>
2.	Тема 2. Сучасний стан і тенденції розвитку інноваційних технологій.	Застосовувати принципи впровадження інновацій та інноваційних технологій в сучасних умовах	Дослідження факторів, що стимулюють процес розвитку інноваційних технологій. Головні чинники, що визначають вибір стратегій розвитку інноваційних технологій.	2	...	Основна: [3]. Додаткова: [12,16]
3.	Тема 3. Інноваційні технології у системі управління маркетинговою діяльністю	Вміти використовувати особливості моделей інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємств.	Значення продуктивних та технологічних інновацій у маркетинговій діяльності. Комплексний підхід до формування інноваційного комплексу маркетингу.	2	...	Основна: [3, 5, 8]. Додаткова: [17, 20]
4.	Тема 4. Інформаційні інноваційні технології в маркетингу	Вміти використовувати інформаційні інноваційні технології в маркетингових процесах	Особливості Інтернет-маркетингу. Маркетингові дослідження в Internet. Пошук інформації в Інтернеті. Елементи Web-дизайну. E-mail і соціальні мережі. Засоби просування товарів і послуг у мережі Інтернет.	4		Основна: [9]. Додаткова: [13,19]
Разом за змістовим модулем I				10 годин		
<b>Змістовий модуль II. Організація і планування впровадження сучасних інноваційних технологій в маркетингову діяльність підприємства</b>						
5	Тема 5. Управління впровадженням сучасних інноваційних технологій в маркетингову діяльність підприємств.	Вміти використовувати методи управління вибором інноваційних маркетингових технологій у нестабільному ринковому середовищі	Аналіз перспектив та економічної доцільності впровадженням сучасних інноваційних технологій в маркетингову діяльність підприємств. Раціоналізація вибору найбільш ефективних інноваційних маркетингових технологій з урахуванням завдань маркетингової діяльності та ринкових можливостей підприємства	4	...	Основна: [2]. Додаткова: [12,15]
6.	Тема 6. Інноваційні проекти в	Вміти впроваджувати інноваційні	Критерії результативності інноваційних проектів в маркетингу.	2	...	Основна: [1, 2, 10]. Додаткова:

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
	маркетингу	проекти в маркетингу	Ризики інноваційних проектів. Методи оцінки інноваційних проектів. Види ефективності та проблеми оцінки ефективності інновацій в маркетингу			[17,18]
7.	Тема 7. Комплексне забезпечення реалізації інноваційного процесу в маркетингу	Вміти обґрунтовувати нові потреби організаційно-технологічного забезпечення маркетингової діяльності підприємств	Інформаційне та організаційне забезпечення інноваційного процесу. Фінансове та інвестиційне забезпечення впровадження інноваційних технологій в маркетингу	2		Основна: [4, 6, 11]. Додаткова: [14,15] <b>Ошибк а! Источник ссылки не найден.]</b>
8.	Тема 8. Державне регулювання впровадження інноваційних технологій в маркетингу	Вміти використовувати принципи та механізм державного регулювання інноваційних процесів	Методи й інструменти державного регулювання та стимулювання інноваційної діяльності Система державного регулювання інноваційних процесів в Україні	2		Основна: [7, 11]. Додаткова: [12] <b>Ошибка! Источник ссылки не найден.]</b>
Разом за змістовим модулем II				10 годин		
<b>Разом за навчальною дисципліною 20 годин</b>						

\*ПЗ – програмне забезпечення

### 3. ТИПОВИЙ ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

#### Практичне заняття №1:

#### Використання інноваційних технологій у маркетинговій діяльності.

**Завдання:** Маркетингове агентство «Mains» розробляє назву для бізнес-центру «Преміум» класу в центрі м. Харкова. Замовником проекту виступає інвестиційно-будівельна компанія «Інвестстройсервис». Вимоги замовника дуже високі, назва повинна не тільки підходити статусу бізнес-центру, але й бути ідеологічно вивірною і мати високий комунікативний потенціал. Ефективність продажів і передачі в оренду офісних площ бізнес-центру багато в чому буде залежати від ефективності емоційного, візуального, вербального впливу марочної назви на потенційних клієнтів.

**Мета заняття:** засвоєння алгоритму використання інформаційних інноваційних технологій в маркетингових процесах

**Основні теоретичні відомості:** для виконання практичного завдання здобувач повинен знати основні елементи та принципи новітніх інноваційних технологій; методи оцінки економічної ефективності впровадження інноваційних технологій в маркетингову діяльність.

**Хід роботи.**

1. Алгоритм застосування сучасних інноваційних та інформаційних технологій для формулювання оригінальної назви бізнес-центру.
2. Використання евристичних методів генерації ідей для розробки креативного рекламного салогана.

**Очікуваний результат виконання завдання:** формування навичок використання інформаційних інноваційних технологій в маркетингових процесах

#### 4. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Виконання кожного завдання для практичних занять оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

##### 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 до практичних занять у межах тем змістових модулів наведено в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

##### Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для практичних занять	Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				Сума балів
	ЗПЗ 1	ЗПЗ 2	ЗПЗ 3	ЗПЗ 4	ЗПЗ 5	ЗПЗ 6	ЗПЗ 7	ЗПЗ 8	
Максимальна кількість балів	5	5	5	5	5	5	5	5	40

ЗПЗ – завдання для практичних занять.

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

## 5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### 5.1. 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.

### 5.2. 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.

### **5.3. 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> – межерева інформаційна база даних. Ринок інноваційних ресурсів.

8. <http://www.innovbusiness.ru> – портал інформаційної підтримки інновацій.