



Донецький національний університет імені Василя Стуса
Факультет економічний
Кафедра маркетингу та бізнес-аналітики
СИЛАБУС

Навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ»

Кількість кредитів ЄКТС	4,5 кредити ЄКТС
Період викладання	1-й рік навчання, 1-й семестр
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Викладач	Буга Наталія Юріївна, канд. економ. наук, доцент
Профайл викладача(ів) курсу	http://rang.donnu.edu.ua/?pg=kt&nu=238#search
Доступ до матеріалів курсу	https://teams.microsoft.com/l/team/19%3AoNYSC5srWg9uTFpORZrSzuKNGQ8ed7VpjEiHYYWVINM1%40thread.tacv2/conversations?groupId=9c7bcd2-8d3f-4f25-8ec7-1c58d2afed84&tenantId=1d80d581-8e6a-4af6-9222-9610b1bea4e1
Контактна інформація	e-mail: n.buha@donnu.edu.ua

Анотація

«Маркетинг інновацій» є обов'язковою дисципліною професійної та практичної підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» СО «Магістр», формує компетентності та результати навчання, які відповідають змісту та фокусу освітньої програми з орієнтацією на НРК.

Мета вивчення навчальної дисципліни полягає у: формуванні у здобувачів вищої освіти системного уявлення про принципи, стратегії та інструменти маркетингу інновацій, а також розвинути здатність ефективно впроваджувати інновації на ринку з урахуванням потреб споживачів, тенденцій технологічного розвитку і конкурентного середовища.

Завдання дисципліни:

- розкрити суть та особливості інновацій як об'єкта маркетингової діяльності;
- навчитися аналізувати ринок інноваційної продукції та поведінку споживачів;
- опанувати стратегії виведення інновацій на ринок;
- засвоїти сучасні інструменти маркетингу інновацій, зокрема, цифрові канали просування, краудфандинг, вірусний маркетинг, інфлюенс-маркетинг, дизайн-мислення тощо;
- розвинути навички стратегічного та тактичного планування маркетингової діяльності для інноваційних продуктів і послуг;



- сформувати креативне та підприємницьке мислення.

Знання з дисципліни «Маркетинг» стануть основою для вивчення наступних освітніх компонентів: «Методологія і організація наукових досліджень», «Маркетинговий менеджмент», «Курсова робота».

Вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг».

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом

СК10. Здатність демонструвати професійні знання у сфері маркетингу високих технологій, сервісу інноваційних продуктів, маркетингового аналізу та комерціалізації нововведень.

Програмні результати навчання (Р):

Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Р16. Вміти керувати маркетинговими службами інноваційно-активних підприємств та наукових організацій

Організація та оцінювання навчання визначені «Порядком оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса» та «Положенням про організацію освітньої діяльності у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса».

Організація навчання за дисципліною відбувається в наступних форматах:

1) аудиторні заняття (лекції, практичні заняття);

2) самостійна робота здобувача під керівництвом викладача.

Екзамен (підсумковий контроль 1 семестру) не є обов'язковою формою підсумкового контролю через можливість здобувачів отримати 100 балів протягом семестру сумарно за всі види практичних та самостійних завдань. За кожен з модулів здобувач може отримати по 50 балів.

У якості технічних засобів комунікації використовуються корпоративна пошта Outlook та Teams, У окремих випадках можуть використовуватися такі засоби комунікації, як Skype, Zoom. Аудиторні заняття реалізуються відповідно до наступного календарного плану викладання дисципліни, конкретні дати відповідають розкладу занять і графіку навчального процесу.



Організація навчання та оцінювання (календарно-тематичний план):

Тиждень /дата/ години	Тема	Форма проведення заняття	Завдання для практикумів і СРС	Кількість годин, сам.робота	Мах кількість балів
Змістовий модуль 1 (50 балів)					
1, 2 -ий тиждень 6 годин	Тема 1. Сутність та завдання маркетингу інновацій	Лекція	Вивчити сутність інновацій, інноваційної діяльності, класифікацію інновацій, зміст інноваційного типу розвитку. Самостійна робота: визначити інновації, що відзначилися у 2020-2024 роках	11	1
		Лекція	Вивчити сутність та завдання маркетингу інновацій. Самостійна робота: навести приклади підприємств, що здійснюють інноваційну діяльність, побудувати таблицю з відповідними видами інновацій на підприємствах.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Доповіді. Тести. Кейс.		6
3, 4-ий тиждень 6 годин	Тема 2. Характеристика ринку інновацій	Лекція	Вивчити характеристику ринку інновацій. Самостійна робота: визначити специфіку ринку інновацій (кожен здобувач обирає одну галузь та презентує на практичному занятті)	11	1
		Лекція	Вивчити механізми реалізації інноваційної діяльності підприємствами Європейських країн, Японії. Самостійна робота: визначити сутність та роль інноваційної інфраструктури.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач/ситуацій. Тести. Кейс.		6
5, 6-ий тиждень 6 годин	Тема 3. Маркетинг в управлінні інноваційними проектами	Лекція	Вивчити сутність інноваційного проекту. Самостійна робота: визначити ідею інноваційного проекту, стартапу.	11	1
		Лекція	Вивчити роль маркетингу в управлінні інноваційними проектами. Самостійна робота: підготувати необхідну інформацію для розробки інноваційного проекту, стартапу.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач/ситуацій. Тести. Кейс.		6

Донецький національний університет імені Василя Стуса



7, 8-ий тиждень 6 годин	Тема 4. Процес розробки продуктових інновацій	Лекція	Вивчити процес розробки продуктових інновацій. Самостійна робота: ознайомитись з процесом розробки продуктових інновацій на прикладі нового товару	12	1
		Лекція	Вивчити методи позиціонування інноваційного товару та процес сприйняття споживачами нового товару.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач/ситуацій. Тести. Кейси.		6
			Модульна контрольна робота		18
Змістовний модуль 2 (50 балів)					
9, 10-ий тиждень 6 годин	Тема 5. Креативне мислення в інноваційній діяльності	Лекція	Узагальнити теоретичні основи креативного мислення в інноваційній діяльності. Самостійна робота: дослідити значення креативності в діяльності маркетолога.	11	1
		Лекція	Вивчити види креативності, мотивації в процесі генерування ідей. Самостійна робота: запропонувати удосконалення різних предметів: парасолька, наручний годинник, газова плита, картонна коробка, мобільний телефон тощо (результати презентувати на практичній роботі)		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач. Тести. Кейси.		6
11,12-ий тиждень 6 годин	Тема 6. Маркетинг-мікс інновацій	Лекція	Вивчити маркетингову цінову політику та цінові стратегії для інноваційного продукту. Самостійна робота: дослідити приклади використання цінових стратегій інноваційної продукції.	11	1
		Лекція	Вивчити маркетингові комунікації в просуванні інновацій на ринок. Самостійна робота: визначити особливості просування високотехнологічної продукції.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач/ситуацій. Тести. Кейси.		6
13, 14-ий тиждень 6 годин	Тема 7. Омніканальний маркетинг інновацій	Лекція	Вивчити шлях споживача в гібридному цифровому середовищі та клієнтський досвід нового покоління. Самостійна робота: визначити інструменти для управління шляхом клієнта	11	1

Донецький національний університет імені Василя Стуса



		Лекція	Розглянути практику інтеграції каналів в просуванні інноваційного продукту. Самостійна робота: розробити шляхи покращення комунікацій з клієнтами на конкретному прикладі просування високотехнологічної продукції		1
		Практичне заняття	Розв'язання задач/ситуацій. Тести. Кейси.		6
15-17-ий тиждень 4 години	Тема 8. Управління інноваціями на підприємстві.	Лекція	Вивчити сутність управління інноваціями на підприємстві. Самостійна робота: вивчити досвід інноваційної діяльності компанії Google.	11	1
		Лекція	Вивчити роль маркетингу інновацій у забезпеченні економічної безпеки підприємства та країни. Самостійна робота: вивчити досвід реалізації організаційної структури фірм Кремнієвої долини.		1
		Практичне заняття	Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг інновацій». Розв'язання задач/ситуацій. Презентація індивідуальної роботи.		6
46 години	Всього			89 годин	100 балів
	Наукова робота - виконується за бажанням здобувача замість самостійної роботи, передбачає участь у наукових студентських конференціях, конкурсах, підготовка наукових публікацій (тез, статей) за проблемами маркетингу інновацій. Максимальна кількість балів, що отримує здобувач протягом вивчення дисципліни не перевищує 100 балів.				30 балів
Екзамен					



Система оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Поточний контроль, відбувається за результатами усних відповідей на практичних заняттях, тестування, обговорення конкретних ситуацій, кейсів, вирішення практичних завдань, виконання модульної контрольної роботи, в процесі контролювання самостійної, індивідуальної та наукової роботи.

Система оцінювання результатів навчальних досягнень

За 100-бальною шкалою	За шкалою ECTS	За національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
67-74	D	задовільно	
60-66	E		
0-59	FX	незадовільно	не зараховано

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Види робіт, що демонструють здобуті здобувачем вищої освіти результати навчання	Критерії оцінювання
Розв'язання задач/ситуацій	
Розв'язання задач/ситуацій	Максимальний бал – 2 Ієрархія отримання балів передбачає три рівні: Високий (2 бали): завдання виконано вірно, містить логічну послідовність дій, при рішенні застосовано методичний інструментарій (формули, алгоритм рішення), зроблено логічні висновки. Достатній (1 бал): завдання виконано із помилками, розрахунки є епізодичними, при рішенні не застосовано методичний інструментарій (формули, алгоритм рішення), висновки відсутні. Низький (0-0,5 бал): завдання виконано невірно, розрахунки є епізодичними, відсутній методичний інструментарій (формули, алгоритм рішення), сумнівні висновки
Тести	
Тести	Максимальна кількість балів – 2 0,4 балів за кожну вірну відповідь (5 тестових завдань x 0,4 бали = 2 бали)



Доповіді			
Критерії оцінювання	До 1 бала	1 бал	2 бали
Розуміння завдання	Використані матеріали мають часткове відношення до теми; представлена інформація не аналізується і не оцінюється	Використані матеріали по більшій мірі мають відношення до теми, але частково аналізуються та оцінюються	Використані матеріали повністю відповідають темі, аналізуються та оцінюються у повній мірі
Логіка викладання матеріалу	Логіка викладання матеріалу порушена, структурованість прослідковується частково	Логіка викладання матеріалу прослідковується, наявна структурованість	Матеріал викладається логічно, повністю прослідковуються причинно-наслідкові зв'язки
Авторська оригінальність	Стандартна робота, 70% запозиченого матеріалу	10-15% викладеного матеріалу являють собою авторські пропозиції	Унікальна робота містить 65-70% оригінальних, винахідницьких прийомів та пропозицій
Відповіді на питання	Доповідач не може відповісти на питання або під час відповідей поводить себе агресивно, некоректно	Доповідач не на всі питання може знайти переконливі, аргументовані відповіді	Доповідач переконливо, повно і аргументовано відповідає на всі поставлені питання
Самостійна робота.			
Підготувати завдання з розгорнутою відповіддю у письмовій формі	Максимальний бал – 1. - повнота розуміння завдання – 0,5 балів; - вияв власної думки та наведення прикладів із власного досвіду - 0,5 балів.		
Модульний контроль			
Тести	Максимальна кількість балів – 18. 1 бал за кожну вірну відповідь (18 тестових завдань x 1 балу = 18 балів)		
Екзамен			
Екзамен	Тестові завдання: 20*1 б. = 20 балів Ситуаційне завдання: 1*10 б. = 10 балів		
Неформальна освіта			
Неформальна освіта	Максимальна кількість балів 20 за курс, що дотичний до тематики курсу «Маркетинг інновацій» та спрямований на формування ПРН. Онлайн		



	курс погоджується із викладачем (кількість балів визначається залежно від обсягу і складності курсу). Результат – сертифікат.
Індивідуальне творче завдання «Бізнес-план інноваційного проєкту з виробництва продукції або надання послуг»	
Проект	<p>Максимальний бал – 30.</p> <p>Ієрархія балів за критеріями оцінювання проєкту можуть бути такою:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальність проєкту – важливість проєкту для маркетингу та реалістичність завдань і мети проєкту – 3 бали; - інноваційність проєкту та креативність його змісту – 5 балів; - визначення цільової аудиторії проєкту і аналіз ресурсів – 4 балів; - отримання очікуваних результатів: чітка, деталізована та зрозуміло викладена структура витрат, яка відповідає робочому плану проєкту – 5 балів; - доведеність рішень, що приймаються, уміння аргументувати свої висновки і коректність використаних методів дослідження і методів обробки отримуваних результатів – 3 бали; - оформлення результатів виконаного проєкту (звіт, презентація) – 10 балів.
Науково-дослідна робота	
Написання тез доповідей, участь в конференціях різного рівня та конкурсах наукових робіт.	<p>В залежності від виду наукової дослідної роботи здобувач може отримати до 30 балів:</p> <p>1) написання тез доповідей обсягом до 3 сторінок – до 6 балів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відповідність змісту тез заявленій темі, їх цілісність та композиційна гармонійність – 1 бал; - ступінь розкриття предмету дослідження – 1 бал, - оригінальність теми роботи – 1 бал; - наявність узагальнень альтернативних теоретичних підходів в межах досліджуваної проблеми – 1 бал; - обсяг та якість опрацьованих інформаційних джерел – 1 бал; - наявність та обґрунтованість авторських розробок або пропозицій за досліджуваною проблемою, ступінь їх теоретичної значущості та практичної цінності – 1 бал. <p>2) виступ на конференції – 3 бали, оцінюється за критеріями доповіді;</p> <p>3) написання статті:</p> <p>30 балів – наукова стаття опублікована (у співавторстві із викладачем або одноосібно) у наукових періодичних виданнях, що входять до переліку фахових видань України категорії «Б»;</p> <p>20 балів – наукова стаття опублікована (одноосібно або у співавторстві із викладачем) в інших виданнях України або інших країн;</p> <p>10 балів – стаття опублікована у науково-популярних виданнях.</p> <p>4) участь у конкурсі з фаху під керівництвом викладача – 20 балів.</p> <p>Для написання тез, наукових статей рекомендовано скористатися https://www.inter-nauka.com/ua/poleznaya-informatsiya/</p>



Політика щодо дедлайнів та перекладання.

Завдання для самостійної роботи з кожної теми виконуються протягом тижня до наступного практичного завдання, за невчасне виконання кількість балів зменшується.

Здобувачі, які навчаються за індивідуальним графіком повинні здавати завдання відповідно до узгодженого графіку очно, або за допомогою Microsoft Teams, Outlook, Moodle.

Виконання завдання із порушенням дедлайну без поважних причин зменшує оцінку з теми на 25 % за кожен повний тиждень затримки.

Політика дотримання академічної доброчесності.

Усі роботи мають бути виконані самостійно здобувачем, не допускається привласнення чужих ідей, розробок, презентацій без посилання на джерела інформації, інформація має бути достовірною і правдивою (<https://cutt.ly/wa1fgU1>).



8. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-106> (дата звернення 20.06.2025)

9. Терехов Д. Управління онлайн-репутацією підприємства з використанням сучасних інструментів контент-маркетингу. *Сталий розвиток економіки*. 2024. №1(48), 201-205. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-28> (дата звернення 20.06.2025)

10. LEAD Innovation Blog. 2021. URL: <https://www.lead-innovation.com/insights> (дата звернення 20.06.2025)

11. Umar F. Innovative Marketing – Strategies & Examples. 2022. URL: <https://www.marketingtutor.net/innovative-marketing/> (дата звернення 20.06.2025)

Інформаційні ресурси в Інтернет

12. Marketing and Management of Innovations. URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/> (дата звернення 20.06.2025)

13. Бюро маркетингових технологій. URL: <https://buromt.com.ua/shho-take-kreativnij-marketing/> (дата звернення 20.06.2025)

14. MARKETER. URL: <https://marketer.ua/ua/> (дата звернення 20.06.2025)

15. VCTR.MEDIA. URL: <https://vctr.media/ua/yak-generuvati-vdali-ideyi-dlya-kreativiv-dosvid-ta-poradi-vid-obrio-233433/> (дата звернення 20.06.2025)

16. Dali. Marketing centre. URL: <https://dali.te.ua/blog/242-reklama-v-merezhi-internet.html> (дата звернення 20.06.2025)

17. Студія Дениса Каплунова. URL: <https://kaplunoff.com/blog/biblioteka> (дата звернення 20.06.2025)

Викладач: доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики

Наталія БУГА

Погоджено:

Завідувач кафедри, гарант освітньої програми, керівник спеціальності

Олена БОЄНКО

Рекомендовано рішенням кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, протокол №19 від «27» червня 2025 р.